



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO EMPRESARIALES

**“ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
HOTEL EN CHINCHERO – CUSCO, 2017”**

Bachilleres:

MEDINA JURADO, FREYA DIANA

MENDOZA LUNA, JOYCE ROSSANA

TESIS PARA OPTAR POR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

AREQUIPA – PERÚ

2016

DEDICATORIA

Freya Diana Medina Jurado

Para mi madre, Carmen G. Jurado Carrasco
quién ha sido un apoyo incondicional durante
todos estos años y gracias a la cual hoy
culmino una importante etapa de mi vida.

Joyce Rossana Mendoza Luna

Suponen los cimientos de mi desarrollo, a
todos y cada uno de ustedes-mi familia- han
destinado tiempo para enseñarme nuevas
cosas y brindarme aportes invaluable que
me servirán para toda mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Freya Diana Medina Jurado

A Dios y la Virgen del Carmen, en quienes sostengo mi fe y mediante los cuales he recibido bendiciones a lo largo de mi vida.

A mi madre, quien me educó e inculcó los valores que hoy me hacen una persona de bien, quien me apoyó en momentos de flaqueza y compartió mis alegrías, pero sobre todo me dio lo más importante: amor.

A mi abuelo Julio por haber sido un gran ejemplo de padre, por sus enseñanzas y todo su amor, a mi familia, por sus palabras de apoyo constante y por creer en mi capacidad y depositar su confianza en mí.

A mis docentes de la Universidad Católica San Pablo, por sus enseñanzas no solamente académicas sino también de vida y humanitarias.

Joyce Rossana Mendoza Luna

A Dios, por darme la oportunidad de vivir quien ha guiado, y me ha dado la fortaleza de cumplir este sueño, y haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante el periodo de estudios.

A mi padre Sergio, por su ejemplo de perseverancia y disciplina, por ser el pilar fundamental de mi desarrollo personal y académico, y por su incondicional apoyo.

A mi madre Rosa, quien de manera especial fue mi principal cimiento para la construcción de mi vida profesional, en ella tengo el espejo en el cual me quiero reflejar por sus virtudes infinitas y su gran corazón. Por su constante motivación que me ha dado fortaleza para cumplir mis objetivos.

A mi hermana Paola, porque ha sido la mejor motivación para nunca rendirme y poder ser un ejemplo para ella.

A mis maestros por impulsar el desarrollo de mi formación profesional.

A todas las personas que han sido parte de este proceso anhelado asimismo a Paulo quien me brindo su amor, estímulo y constante apoyo siempre.

RESUMEN EJECUTIVO

Durante los ocho capítulos del presente estudio de pre-factibilidad, se demuestra la factibilidad técnica, económica y financiera de la creación un hotel en Chinchero – Urubamba – Cusco, el cual estará enfocado a atender las necesidades de alojamiento de los turistas extranjeros que arriben a dicha localidad a través del nuevo aeropuerto internacional de Chinchero.

Durante el primer, segundo y tercer capítulo, se describió el problema, se formuló el objetivo principal, se desarrolló el marco teórico, se definió el tamaño de la muestra para la encuesta que se realizó y se describió las técnicas e instrumentos para la obtención de información y los criterios con los cuales se procesó los datos obtenidos.

En el cuarto capítulo del estudio estratégico, se analizaron los factores del macro entorno y micro entorno. Se definieron la misión, visión y un análisis FODA que delimitó una estrategia genérica de diferenciación.

En el quinto capítulo, se segmentó el mercado de turistas y se proyectó la demanda en habitaciones, se delimitaron los parámetros de comercialización que incluyen las cuatro P.

En los capítulos sexto y séptimo se definió los activos tangibles e intangibles en los cuales se invertirá y en el último capítulo el estudio económico y financiero, se planteó la inversión total y se seleccionó el financiamiento. Fue calculado el costo de oportunidad de capital ponderado, luego de definir los presupuestos de ingresos y egresos, se realizaron los estados financieros y se analizaron los principales indicadores económicos y financieros, además se hicieron análisis de sensibilidad con variaciones de escenarios y finalmente se determinó la viabilidad del proyecto.

ABSTRACT

During the eight chapters of this pre-feasibility study, demonstrates the technical, economic and financial feasibility of creating a hotel in Chinchero - Urubamba - Cusco, which will be focused on the needs of accommodation of the foreign tourists who arrive to the town through the new international airport of Chinchero.

During the first, second and third chapter, described the problem, were formulated the main objective, the theoretical framework was developed, was defined the size of the sample for the survey, which was conducted and described techniques and instruments for obtaining information and the criteria with which the data is processed. In the fourth chapter of the strategic study, analysed the factors of macro environment and micro-environment. Mission, vision, and a SWOT analysis that defined a generic strategy of differentiation were defined. Fifth chapter, is divided the market of foreign tourists and was projected demand in rooms, be delimited marketing parameters including the four P.En chapters sixth and seventh was defined the tangible and intangible assets which will be reversed and in the last chapter the economic and financial study, raised the total investment and financing has been selected. It was calculated the opportunity cost of capital weighted, after you have set the budgets of income and expenses, financial statements were the main economic and financial indicators were analysed, in addition analysis of sensitivity to variations of scenarios were and finally determined the viability of the project.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.2 FORMULACIÓN DE PREGUNTAS	5
1.2.1 PROBLEMA GENERAL	5
1.3 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS	6
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	6
1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	6
1.4 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.4.1 PROFESIONAL.....	6
1.4.2 ACADÉMICA.....	7
1.4.3 PERSONAL	7
1.4.4 ECONÓMICA.....	8
1.4.5 SOCIAL	8
CAPITULO II: MARCO DE REFERENCIA	10
2.1 ANTECEDENTES	10
2.2 MARCO TEÓRICO	12
2.2.1 PROYECTO.....	12
2.2.2 PROYECTO DE INVERSIÓN.....	12
2.2.3 PROCESO DE LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS	14
2.2.4 MÉTODOS DE EVALUACIÓN	17
2.2.5 MODELO PARA EVALUACIÓN DE LOS ACTIVOS DE CAPITAL. 18	
2.2.6 TURISMO.....	19
I. PRODUCTO TURÍSTICO	20
II. LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS	21
III. LA PLANTA TURÍSTICA.....	21
IV. RESTAURANTES.....	22
CAPITULO III: ASPECTOS METODOLÓGICOS	24
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	24
3.2 MUESTRA	24
3.2.1 POBLACIÓN	24

3.2.2 MUESTRA.....	25
3.3 TECNICAS E INSTRUMENTOS.....	26
3.3.1 FUENTES PRIMARIAS	26
3.3.2 FUENTES SECUNDARIAS	26
3.3.3 ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN.....	27
3.4 CRITERIOS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	27
CAPÍTULO IV: ESTUDIO ESTRATÉGICO.....	28
4.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO.....	28
4.1.1 FACTOR DEMOGRAFICO.....	28
4.1.2 FACTOR ECONÓMICO	29
4.1.3 FACTOR AMBIENTAL	30
4.1.4 FACTOR TECNOLÓGICO.....	31
4.1.5 FACTOR LEGAL.....	31
4.1.6 FACTOR CULTURAL.....	31
4.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO	32
4.2.1 AMENAZAS DE NUEVOS COMPETIDORES	32
4.2.2 RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES	33
4.2.3 PODER DE NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES	33
4.2.4 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.....	34
4.2.5 AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	34
4.3 PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	35
4.3.1 VISIÓN	35
4.3.2 MISIÓN.....	35
4.4 ANÁLISIS FODA	36
a. MATRIZ EFI-EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS.....	36
b. MATRIZ EFE- EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS	37
c. MATRIZ INTERNA-EXTERNA (I-E)	38
d. MATRIZ FODA.....	39
4.5 ESTRATEGIA GENÉRICA.....	40
4.6 OBJETIVOS	41
4.6.1 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	41
4.6.2 OBJETIVOS FINANCIEROS	41

CAPITULO V: ESTUDIO DE MERCADO	42
5.1 ASPECTOS GENERALES	42
5.1.2 EL SERVICIO.....	47
5.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	48
5.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA	51
5.4 COMERCIALIZACIÓN	55
5.4.1 PRODUCTO	55
5.4.2 PLAZA	56
5.4.3 COMUNICACIÓN	57
5.4.4 PRECIO.....	59
CAPITULO VI: ESTUDIO TÉCNICO.....	60
6.1 LOCALIZACIÓN.....	60
6.1.1 MACRO LOCALIZACIÓN	60
6.1.2 MICRO LOCALIZACIÓN	62
6.2 TAMAÑO	64
6.2.1 SECTOR ALOJAMIENTO	64
6.2.2 SECTOR CENTRAL: ZONA ADMINISTRATIVA Y DE SERVICIOS	65
6.2.3 SECTOR DE LAS ÁREAS ABIERTAS	67
6.2.4 ÁREA TOTAL REQUERIDA.....	67
6.3 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS	68
6.3.1 INFRAESTRUCTURA.....	68
6.3.2 EQUIPAMIENTO.....	68
6.3.3 DISTRIBUCIÓN.....	73
6.4 OPERACIONES	75
6.5 REQUERIMIENTOS DEL PROCESO.....	75
6.5.1 SERVICIO	75
6.5.2 INSUMOS.....	79
CAPITULO VII: ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL.....	80
7.1 NATURALEZA Y CONSTITUCIÓN	80
7.2 TRÁMITES PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA EMPRESA	80
7.3 TRÁMITES DE EVALUACIÓN ARQUEOLÓGICA	81
7.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	82

7.5 FUNCIÓN Y PERFIL DEL PERSONAL	84
CAPÍTULO VIII: ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	87
8.1 INVERSIÓN DEL PROYECTO	87
8.1.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	87
8.1.2 INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES	89
8.1.3 INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO.....	91
8.1.4 INVERSIÓN TOTAL	92
8.2 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	93
8.2.1 ESTRUCTURA DE CAPITAL	93
8.2.2 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	94
8.2.3 AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO.....	94
8.2.4 COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL	95
8.2.5 COSTO PONDERADO DE CAPITAL.....	96
8.3 PRESUPUESTO.....	97
8.3.1 PRESUPUESTO DE INGRESO.....	97
8.3.2 PRESUPUESTO DE COSTOS.....	98
8.3.3 PRESUPUESTO DE GASTO.....	103
8.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	107
8.5 DEPRECIACIÓN	108
8.6 VALOR RESIDUAL	109
8.6 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	110
8.6.1 ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS.....	110
8.6.2 FLUJO DE CADA ECONÓMICO Y FINANCIERO	112
8.7 EVALUACIÓN FINANCIERA	113
8.7.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	113
8.7.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	113
8.7.3 RATIO DE BENEFICIO COSTO (B/C)	114
8.7.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	114
8.7.5 ÍNDICE DE RENTABILIDAD	115
8.8 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	115
8.8.1 INGRESOS	115
8.8.2 EGRESOS	119

8.9 ANÁLISIS DE RIESGO	121
CONCLUSIONES.....	122
RECOMENDACIONES	124
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	125
Libros	125
Tesis	125
Leyes	126
Documentos Electrónicos	126
Páginas Web institucionales	127

INDICE DE TABLAS

TABLA1: NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO-DISTRITO DE CHINCHERO	32
TABLA 2: MATRIZ EFI	36
TABLA 3: CALIFICACIÓN MATRIZ EFI	36
TABLA 4: MATRIZ EFE	37
TABLA 5: CALIFICACIÓN MATRIZ EFE	37
TABLA 6: MATRIZ FODA.....	39
TABLA 7: PRINCIPALES MERCADOS EMISORES	43
TABLA 8: PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA CUSCO	45
TABLA 9: MOVIMIENTO DE PASAJEROS EN VUELOS EN EL AIAVA- CUSCO	48
TABLA10: PROYECCIÓN MODELO POLINÓMICO	49
TABLA 11: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	50
TABLA 12: DESCRIPCIÓN DE SERVICIOS LA CASA DE BARRO LODGE & RESTAURANTE	55
TABLA 13: CANAL INTERMEDIARIO	57
TABLA 14: PRECIOS HOTEL RETAMA	59
TABLA15: CRITERIOS DE MACRO LOCALIZACIÓN	61
TABLA16: EVALUACIÓN DE LA MACRO LOCALIZACIÓN	61
TABLA 17: CRITERIOS DE MICRO LOCALIZACIÓN	62
TABLA 18: ALTERNATIVAS DE TERRENO	63
TABLA 19: EVALUACIÓN DE MICRO LOCALIZACIÓN	63
TABLA 20: SECTOR ALOJAMIENTO	64
TABLA 21: SECTOR CENTRAL-ZONA ADMINISTRATIVA.....	65
TABLA 22: SECTOR CENTRAL- ZONA DE SERVICIOS.....	66
TABLA 23: SECTOR DE ÁREAS ABIERTAS	67
TABLA 24: ÁREA TOTAL.....	67
TABLA 25: SERVICIOS Y EQUIPAMIENTO	69
TABLA26: MAQUINARIAS Y EQUIPOS.....	70
TABLA 27: EQUIPOS DE CÓMPUTO	71
TABLA 28: MUEBLES Y ENSERES	72
TABLA 29: DISTRIBUCIÓN DEL HOTEL.....	74

TABLA30: COSTO DE ELECTRICIDAD 1	76
TABLA31: COSTO DE ELECTRICIDAD 2	76
TABLA32: COSTO DE ELECTRICIDAD-SERVICIOS	77
TABLA33: COSTO MENSUAL DEL SERVICIO DE AGUA Y ALCANTARILLADO	78
TABLA34: COSTO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN.....	78
TABLA35: SERVICIOS DE LAVANDERÍA	79
TABLA36: LIMPIEZA	79
TABLA37: PASOS PARA CONSTITUIR LA EMPRESA.....	80
TABLA38: ETAPAS Y PRESUPUESTO DEL PLAN DE MONITOREO ARQUEOLÓGICO	82
TABLA39: FUNCIONES Y PERFIL DEL PERSONAL.....	84
TABLA 40: INVERSIÓN EN TERRENO	87
TABLA 41: MAQUINARIA Y EQUIPO	88
TABLA 42: MUEBLES Y ENSERES	88
Tabla 43 : ACTIVOS INTANGIBLES	90
TABLA 44: CAPITAL DE TRABAJO.....	92
Tabla 45: INVERSIÓN TOTAL	92
TABLA 46: ESTRUCTURA DE CAPITAL	93
TABLA 47: EVALUACIÓN DE TASAS DE INTERES.....	94
TABLA 48: AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO.....	95
Tabla 49: COSTO DE CAPITAL.....	96
TABLA 50: COSTO PONDERADO DE CAPITAL.....	97
Tabla 51: INGRESOS	97
TABLA 52: MATERIA PRIMA-DESAYUNO	99
TABLA 53: COSTO MENSUAL DEL SERVICIO DE AGUA Y ALCANTARILLADO	100
TABLA 54: MANO DE OBRA DIRECTA.....	102
TABLA 55: RESUMEN COSTOS VARIABLES	103
TABLA 56: GASTO DE VENTA	105
TABLA 57: UTILES DE ESCRITORIO	106
TABLA 58: GASTOS ADMINISTRATIVOS	106
TABLA 59: PUNTO DE EQUILIBRIO SEGÚN HABITACION.....	107

TABLA 60: PUNTO DE EQUILIBRIO EN SOLES.....	107
TABLA 61: DEPRECIACIÓN	108
TABLA 62: VALOR RESIDUAL	109
TABLA 63: ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS.....	110
TABLA 64: FLUJO DE CADA ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	112
TABLA 65: VAN	113
TABLA 66: TIR	113
TABLA 67: B/C	114
TABLA 68: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL	114
TABLA 69: INDICE DE RENTABILIDAD	115
TABLA 70: ESCENARIOS-PRECIOS	116
TABLA 71: ANÁLISIS BIDIMENSIONAL-PRECIOS	116
TABLA 72: ESCENARIOS-DEMANDA	117
TABLA 73: ANÁLISIS BIDIMENSIONAL-DEMANDA	118
TABLA 74: ESCENARIOS- COSTO VARIABLE	119
TABLA 75: ANÁLISIS BIDIMENSIONAL- COSTOS VARIABLES.....	120
TABLA76: PREFERENCIA POR PERNOCTAR EN CHINCHERO.....	132
TABLA77: SEXO DE LOS ENCUESTADOS	132
TABLA78: ESTADO CIVIL	133
TABLA79: PROCEDENCIA DE LOS ENCUESTADOS	133
TABLA80: EDAD DE ENCUESTADOS	137
TABLA 81: OCUPACIÓN DE PERSONAS ENCUESTADAS.....	138
TABLA 82: MOTIVO DEL VIAJE DEL TURISTA	141
TABLA 83: TIEMPO DE ESTADÍA EN CUSCO.....	142
TABLA 84: PREFERENCIA POR TIPO DE HOSPEDAJE	143
TABLA 85: PREFERENCIA POR TIPO DE HOSPEDAJE	145
TABLA 86: ACTIVIDADES A REALIZAR	146
TABLA 87: MONTO A PAGAR PROMEDIO POR DÍA EN ALOJAMIENTOS ...	146
TABLA 88: MEDIOS PARA INFORMARSE SOBRE HOTELES	147
TABLA 89: PREFERENCIA POR SERVICIOS ADICIONALES EN UN HOTEL .	149

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: ETAPAS DE UN PROYECTO	13
FIGURA 2: ARRIBOS DE TURISTAS AL AEROPUERTO AVA-CUSCO	29
FIGURA 3: PRODUCTO BRUTO INTERNO-PERU	30
FIGURA 4: PREFERENCIAS DE HOSPEDAJE DEL TURISTA.....	34
FIGURA 5: MATRIZ INTERNA-EXTERNA	38
FIGURA 6: SEGMENTACIÓN DE MERCADO TURISTICO EN LA CIUDAD DEL CUSCO.....	46
FIGURA 7: SERVICIOS “HOTEL RETAMA”	47
FIGURA 8: SATISFACCIÓN FRENTE A LOS SERVICIOS TURÍSTICOS	52
FIGURA 9: EVALUACIÓN DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO PAGADO DENTRO DE LA CIUDAD.....	53
FIGURA 10: ORGANIGRAMA.....	83
FIGURA 11: PROCEDENCIA POR CONTINENTE	136
FIGURA 12: OCUPACIÓN	140
FIGURA 13: MOTIVO DE VIAJE DEL TURISTA	141
FIGURA 14: MEDIOS PARA INFORMARSE SOBRE HOTELES.....	148
FIGURA 15: PLANO PRIMERA PLANTA Y SEGUNDA PLANTA	151
FIGURA 16: PLANOS TERCERA Y CUARTA PLANTA	152
FIGURA 17: DIAGRAMA DE FLUJO DE INGRESO DE HUESPED.....	154
FIGURA 18: DIAGRAMA DE FLUJO DE SALIDA DE HUESPED	155

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: REQUISITOS MINIMOS DE ACUERDO A LA CATEGORIA DE LOS HOTELES	128
ANEXO 2: RESULTADOS DE LA ENCUESTA	132
ANEXO 3: MAPA DE LOCALIZACIÓN CHINCHERO	150
ANEXO 4: DISTRIBUCIÓN DEL HOTEL	151
ANEXO 5: INVERSIÓN EN OBRA FISICA	153
ANEXO 6: PRINCIPALES OPERACIONES	154
ANEXO 7: INVERSIÓN DE CAPITAL	156
ANEXO 8: SERVICIO ALOJAMIENTO	157
ANEXO 9: SERVICIO DE LAVANDERIA	158
ANEXO 10: SERVICIO DE LIMPIEZA.....	158
ANEXO 11: SERVICIO DE LIMPIEZA -COSTO	159
ANEXO 12: MANO DE OBRA DIRECTA	161
ANEXO 13: OTROS SERVICIOS	162
ANEXO 14: GASTOS DE MARKETING	163
ANEXO 15: GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	164
ANEXO 16: PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA EL PERÚ.....	165
ANEXO 17: PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA CUSCO	167

INTRODUCCIÓN

En los últimos años el turismo tiene continuos incrementos en el número de visitantes que generan ingresos importantes en las divisas alcanzando en el 2014 más de US\$ 3,009 millones. Uno de los destinos más importante a nivel nacional es el departamento del Cusco, específicamente la zona del valle sagrado y Machupicchu que registran más de 97, 000 visitas anuales.

El Aeropuerto Internacional Alejandro Velasco Astete-Cusco está casi al tope de su capacidad, sobre la base de los arribos se estima que solo podrá crecer el 30% más cada año, sacando el máximo provecho a la redistribución de los horarios y si se realizan obras de ampliación en las rampas de embarque y desembarque de equipajes, este tema genera mucha controversia entre los pobladores del principal destino turístico del país.

Después de 40 años de esperar; en un esfuerzo conjunto del gobierno regional, nacional y municipal; se entregó la buena pro para la concesión del Aeropuerto Internacional de Chinchero. Este proyecto clave, beneficiará a los visitantes y además impulsará el desarrollo turístico, comercial y económico de la región imperial.

El presente estudio evaluará la pre factibilidad para el proyecto de construcción de un hotel en Chinchero, ya que se ven condiciones favorables en el sector alojamiento; tenemos como objetivos, realizar un estudio de mercado, elaborar un estudio técnico, que permita proyectar la inversión necesaria, conocer las medidas medio-ambientales para la construcción del hotel, y además realizar un estudio económico-financiero para determinar la rentabilidad de la instalación del hotel.

En el primer capítulo se plantea el problema de investigación, se identifican los problemas específicos a investigar, los objetivos que se persiguen, la importancia de los mismos.

En el segundo capítulo se trabajó en el marco de referencia, marco teórico y fundamentos teóricos. En el tercer capítulo, se realizó el estudio estratégico, a través del análisis del micro y macro entorno para tener una visión clara del planeamiento estratégico.

El cuarto capítulo, se desarrolla el estudio técnico del hotel, donde se especifica la localización, el tamaño del hotel, las características físicas de la infraestructura, la maquinaria, equipos y muebles necesarios para la implementación del mismo.

En el capítulo quinto, se hizo el estudio legal y organizacional, en el capítulo sexto referido a estudio económico financiero, se operan las variables necesarias para la inversión, presupuestos, punto de equilibrio, la evaluación económica y financiera del proyecto y concluimos con análisis de sensibilidad.

Se concibe el proyecto de construcción de un hotel en la zona como una alternativa capaz de ofrecer una plataforma de servicio compatible con el turismo natural en la zona con servicios diferenciados para cada segmento de mercado, siendo la viabilidad de éste demostrado en la presente tesis.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

De acuerdo con la información brindada por el Ministerio de Comercio Exterior y de Turismo (MINCETUR) a través de la ministra Magali Silva Velarde-Álvarez; “Los destinos preferidos por los foráneos son la ciudadela de Machupicchu en Cusco, y las ciudades de Puno y Arequipa” (Cusco, Puno y Arequipa lideran el turismo en el Perú, 2014). A noviembre del 2015 llegaron al Perú 3´157,997 turistas internacionales, lo cual es un incremento de 7.8% en comparación al mismo periodo del año anterior. (Mincetur Turismo Boletín 17, 2015)

El 25 de abril del 2014 la Agencia de Promoción de la Inversión Privada-Perú (PRO-INVERSION) anunció que el Consorcio KunturWasi integrado por la argentina Corporación América y el peruano Andino Investment Holding obtuvo la concesión del Aeropuerto de Chinchero en la provincia de Urubamba, departamento de Cusco. Esta obra de infraestructura será fundamental ya que se espera en los próximos años un incremento en el tráfico de pasajeros. Este proyecto a la vez facilita el acceso y movilidad hacia el circuito del valle sagrado donde está incluido Machupicchu. (Kuntur Wasi construirá el aeropuerto de Chinchero en Cusco, 2014)

Hoy en día los turistas llegan a la ciudad del Cusco a través del actual aeropuerto Alejandro Velasco Astete e inmediatamente se hospedan en los hoteles de la ciudad, con la finalidad de aclimatarse y partir, durante los días siguientes, a la ciudadela de Machu Picchu y al resto de complejos arqueológicos ubicados en las distintas localidades del departamento del Cusco especialmente en el llamado Valle Sagrado que comprende desde Pisac (ubicado en el distrito de Calca) hasta Ollantaytambo (ubicado en el distrito de

Urubamba); por consecuencia, en muchos casos, el Valle Sagrado es un destino de paso y las estadías en sus hoteles son menores.

En efecto, la construcción del nuevo aeropuerto cambiará la situación, los turistas tendrán como primera opción de pernocte los hoteles locales (ubicados en Chinchero – Urubamba) causando un incremento de la demanda de los hoteles del valle sagrado. Así también los corredores turísticos se situarán en el distrito de Chinchero y el turista no tendrá la necesidad de ir a la ciudad del Cusco para conseguir su boleto turístico.

Actualmente en Chinchero se observa que a partir de la concesión del aeropuerto el paradigma ha cambiado, los terrenos han sido sobre valorados y se ha generado una sociedad consumista la cual ha direccionado sus ingresos hacia la construcción de edificios que rompen el paisaje natural de Chinchero y la creación de empresas sin una planificación previa, especialmente en cuanto al servicio hotelero se refiere. Los hospedajes actualmente existentes no prestan las mínimas condiciones para atender a los foráneos y/o nacionales que cada día irán en aumento debido a las nuevas condiciones del distrito. Es preocupante el malgasto de los ingresos obtenidos por la venta de terrenos, y la escasa planificación de planta hotelera y los servicios anexos a ella; a mediano y/o largo plazo, de no revertirse esta situación los turistas se verán obligados a trasladarse hasta la ciudad de Cusco para buscar las comodidades necesarias.

Por las razones expuestas es que se pretende realizar el presente estudio, que permita instalar un hotel para atender y satisfacer la demanda esperada de empresarios y turistas.

1.2 FORMULACIÓN DE PREGUNTAS

1.2.1 PROBLEMA GENERAL

¿Cómo elaborar un estudio de pre factibilidad para la Instalación de un Hotel en Chinchero- Urubamba - Cusco?

1.2.2 PROBLEMAS ESPECIFICOS

- ¿Cómo realizar un estudio de mercado para la instalación de un hotel en Chinchero- Urubamba - Cusco?
- ¿Cómo elaborar un estudio técnico, que permita proyectar la inversión necesaria para la instalación de un Hotel en Chinchero- Urubamba - Cusco?
- ¿Cómo realizar un estudio administrativo para la instalación de un Hotel en Chinchero- Urubamba - Cusco?
- ¿Qué condiciones medio-ambientales necesarias deben de cumplirse para la instalación de un Hotel en Chinchero- Urubamba – Cusco?
- ¿De qué manera se efectúa un estudio económico-financiero, para determinar la rentabilidad en la instalación de un Hotel en Chinchero- Urubamba – Cusco?

1.3 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la pre factibilidad para la instalación de un hotel en Chinchero-Urubamba – Cusco.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un estudio de mercado para la instalación de un hotel en Chinchero-Urubamba – Cusco
- Elaborar un estudio técnico, que permita proyectar la inversión necesaria para la instalación de un hotel en Chinchero- Urubamba – Cusco.
- Elaborar un estudio administrativo, para la instalación de un hotel en Chinchero- Urubamba – Cusco.
- Conocer las condiciones medio-ambientales necesarias que deben de cumplirse para la instalación de un hotel en Chinchero- Urubamba – Cusco.
- Efectuar un estudio económico-financiero, que permita determinar la rentabilidad en la instalación de un hotel en Chinchero- Urubamba – Cusco.

1.4 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

1.4.1 PROFESIONAL

Durante la estadía en la universidad se aprendió muchas herramientas y técnicas importantes para ser utilizadas en nuestra vida profesional. Es importante

observar oportunidades donde nadie las ha visto todavía, como administradoras se debe tomar en cuenta los riesgos; que deben evaluarse para controlarlos y/o reducirlos. Lo que se pretende hacer con este estudio de pre factibilidad, es evaluar la demanda que se generará en consecuencia de la construcción del Aeropuerto Internacional de Chinchero y poner en práctica los aspectos importantes en la administración como es el marketing, gestión del talento humano y finanzas.

1.4.2 ACADÉMICA

El estudio de pre-factibilidad formulado quedará como antecedente para siguientes investigaciones relacionadas; en efecto después de estudiar la pre factibilidad del negocio, se podrán realizar planes de negocio para complementar los puntos necesarios para el desarrollo y desempeño del negocio, por otro lado se aportará información que puede generar ideas para satisfacer las nuevas necesidades que tendrá el sector culminado el proyecto del Aeropuerto Internacional de Chinchero

1.4.3 PERSONAL

Este estudio de pre factibilidad para optar al grado de licenciadas; es importante personalmente para quienes lo realizan ya que es una forma de aportar al desarrollo del lugar donde nacieron y crecieron. Chinchero está ubicado en la provincia de Urubamba, en el departamento de Cusco. La ciudad de Cusco es un atractivo turístico muy visitado no solamente por sus calles e historia sino también porque ha sabido conservar la cultura. Después de mucho tiempo se hará realidad la construcción del Aeropuerto Internacional de Chinchero, es por eso que se

busca estudiar la pre factibilidad de la construcción y puesta en marcha de un hotel. Éste mostrará en su infraestructura no solo la cultura sino también las exigencias del mercado objetivo; ésta a la vez, es una oportunidad para mostrarle al mundo la calidad de servicio y atención que en cualquier momento será una carta de invitación a conocer el Perú.

Al mismo tiempo la aplicación del mismo nos permitirá obtener la licenciatura; además su importancia radica en una posible implementación del hotel como objetivo personal.

1.4.4 ECONÓMICA

Según el Perfil del Turista (2014) la llegada de turistas internacionales al Perú ha tenido un crecimiento de 23.8 % entre el 2011 y el 2014, siendo la ciudad del Cusco la segunda más visitada después de la capital Lima, la cual es visita necesariamente por el obligatorio arribo al Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.

Por consiguiente un aeropuerto internacional en Cusco posiblemente posicionaría a la ciudad como la principal visitada por turismo internacional, así podemos ver al Aeropuerto Internacional de Chinchero no como un objetivo, sino como una herramienta de desarrollo para la región, se podría incursionar en la exportación de productos no tradicionales y el turismo; esta actividad demandará los servicios de hotelería, restaurantes, transporte etc. El turismo atraviesa a muchos servicios lo que demandaría mano de obra, incrementando el ingreso de la población.

1.4.5 SOCIAL

Realizar el estudio de pre-factibilidad significaría descubrir la rentabilidad de la creación y puesta en marcha del hotel, en caso de que lo que sea, se buscará la

forma de incrementar el turismo en la localidad, ya que actualmente es parte del circuito hacia el valle sagrado. Además es una oportunidad de generar trabajo para los pobladores de la zona, quienes se dedican en su mayoría al teñido y tejido de lana de alpaca, baby alpaca y vicuña.

La puesta en marcha del proyecto considerara que la zona tiene gran valor paisajístico, arqueológico y cultura, la propuesta tomará en cuenta las leyes de la historia y el urbanismo, además buscará armonizar la infraestructura y servicio con el territorio, sobre todo para no vulnerar el parque arqueológico.

CAPITULO II: MARCO DE REFERENCIA

2.1 ANTECEDENTES

Gran parte de las investigaciones revisadas, están orientadas a aspectos técnicos y serán antecedente en el procedimiento en la elaboración del proyecto de pre factibilidad.

Se realizará una revisión crítica de las tendencias de estudio sobre el tema.

No existen investigaciones que estudien o evalúen la rentabilidad de un proyecto hotelero en el distrito de Chinchero en vista de que el sector hotelero de la zona está en expansión ya que el proyecto de Aeropuerto Internacional de Chinchero, generará mucha demanda para el sector turismo, ya sea gastronómico, alojamiento y otros.

En cuanto al turismo existen investigaciones de mercado, estadísticas sobre los establecimientos de hospedaje e indicadores del sector que serán muy útiles para el presente estudio.

PROMPERU (2014) realiza mes a mes boletines con información referente al mercado turístico, útil para la toma de decisiones de los establecimientos que atienden las necesidades del sector. Además consolida información de la demanda del turismo interno y receptivo, la entidad elabora el perfil del turista extranjero y nacional clasificando la información en 4 aspectos importantes; el primero las características sociodemográficas, aspectos previos al viaje, características del viaje y en el caso del perfil del turista que viaja al departamento de Cusco también contiene información sobre las actividades realizadas en Cusco. En relación al perfil del turista que visita Cusco, el 54% es de sexo femenino, el 33% de 25 a 34 años de edad, el 49% tiene un grado de instrucción universitaria. El 26% de los turista que visitó Cusco reside en E.E.U.U; en cuanto a las características del viaje, señalan que el 88% de los turistas visitan el Perú, para

vacacionar, donde la actividad más realizada es la de cultura con el 100%, es decir visitas a sitios arqueológicos un 93%, visitar iglesias catedrales conventos 79%, y un 18% visita comunidades nativas, los turistas que realizan turismo de aventura son un 38% y la actividad turística más practicada es el Trekking/Hiking con 37%. La mayoría (71%) utiliza alojamientos de entre 1 y 3 estrellas. El 71% visita Lima, esto se debe a que el Aeropuerto Internacional Jorge Chavez es la principal entrada al país. Los turistas que visitan Cusco visitan Machupicchu (96%), Aguas Calientes (85%), Ollantaytambo (77%), Valle Sagrado (75%), Sacsayhuaman (60%), Urubamba (54%), Chinchero (29%).

MINCETUR (2014) presenta los resultados de la encuesta mensual a establecimientos de hospedaje temporal, donde se muestran los indicadores de capacidad y uso de la oferta de alojamiento, adicionalmente señalan la evolución de los arribos en el mes, y el promedio de permanencia de los huéspedes residentes y no residentes. Toda esta información se puede filtrar de acuerdo al año, a la ubicación geográfica y al tipo de actividad.

Principalmente se recabó información referente a los establecimientos de hospedaje ubicados en la ciudad del Cusco y Urubamba. El número de establecimientos de 3 estrellas (Hoteles) en la ciudad del Cusco es 40 en el 2014, el número de habitaciones promedio es de 37, el promedio de permanencia es de 2 días. En el Distrito de Chinchero en el 2014 cuentan con 4 establecimientos de alojamiento con 8 habitaciones aproximadamente con una permanencia promedio de 2 días.

INEI (2014) pone a disposición el compendio estadístico Perú 2014. El documento presenta información estadística oficial en serie histórica de las principales variables económicas, indicadores y censos que permiten evaluar el comportamiento de la economía nacional.

Carbajal (2007) En su estudio de pre factibilidad para la implementación de un ecolodge en la ciudad de Huaraz, estudia el ecoturismo como segmento.

“el turismo natural y cultural tiene un crecimiento de más del 25% anual, mayor al turismo tradicional.

Las investigaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) al respecto señalan que, este turista busca destinos naturales únicos donde se ofrezca una plataforma de servicios adecuada para asegurar que el viaje se convierta en una experiencia de vida, estando dispuesto a pagar altas sumas por ello.”

Basados en estos datos, se concibe el proyecto de construcción del hotel en la zona como una alternativa capaz de ofrecer una plataforma de servicios diferenciados para cada segmento de mercado.

Yurivilca (2009) En su estudio de pre- factibilidad para la instalación de un hospedaje para turistas que experimentarán turismo vivencial demuestra que existe un segmento del mercado que busca el turismo natural, y ofrece servicios de lujo para el sector alojamiento.

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 PROYECTO

“Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.”
(Baca, 2001, p.2).

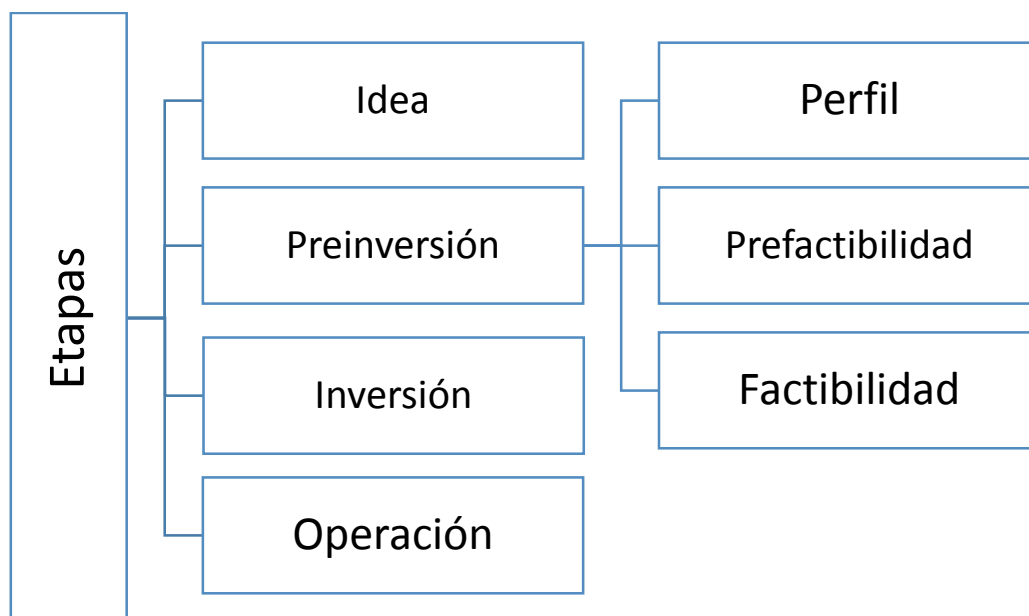
2.2.2 PROYECTO DE INVERSIÓN

“Se puede describir como un plan, que si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien

o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general. (Baca, 2001, p.2).

I. ETAPAS DE UN PROYECTO

FIGURA 1: ETAPAS DE UN PROYECTO



Fuente: *Evaluación de Proyectos de Inversión de la Empresa* pp. 15

Sapag (2001), El autor describe las etapas del proyecto iniciando en la **idea** el proceso inicia en la búsqueda de posibilidades de mejoramiento que surge de la identificación de la solución de problemas que pudieran existir para enfrentar las oportunidades de negocio.

En la etapa de **pre inversión** corresponde al estudio de la viabilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas, la que se puede desarrollar de tres formas distintas, dependiendo de la cantidad y calidad de la información considerada en la evaluación considerada en la evaluación: perfil, pre factibilidad y factibilidad.

Perfil, es el más preliminar su análisis es de comparación, los costos con los beneficios de un periodo considerado como representativo o promedio anual perpetuo del comportamiento de un proyecto.

Los siguientes niveles son esencialmente dinámicos, es decir proyectan los costos y beneficios a lo largo del tiempo.

Pre factibilidad, se proyectan los costos y beneficios sobre la base de criterios cuantitativos, pero sirviéndose mayoritariamente de información secundaria.

Factibilidad, la información tiende a ser demostrativa, recurriendo principalmente a información de tipo primario. La información primaria es la que genera la fuente misma de la información.

La etapa de *inversión* corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones puestas en marcha.

Y por último la etapa de *operación* es aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución.

2.2.3 PROCESO DE LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS

Para la preparación y evaluación del proyecto se considera el proceso que propone Baca (2001).

I. INTRODUCCIÓN Y MARCO DE DESARROLLO: La primera parte del proyecto, es la presentación formal del mismo, mencionando sus objetivos y limitaciones. Es importante especificar los objetivos del estudio.

Verificar que existe un mercado potencial insatisfecho y que es viable, desde el punto de vista operativo, introducir en ese mercado el producto objeto del estudio.

Demostrar que tecnológicamente es posible producirlo, una vez que se verificó que no existe impedimento alguno en el abasto de todos los insumos necesarios para su producción.

Demostrar que es económicamente rentable llevar a cabo su realización.

II. ESTUDIO DE MERCADO: Es la primera parte de la investigación formal, consiste básicamente en la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado. Al final del estudio se podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con el servicio o producto ofrecido o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado, a través del estudio se podrán percibir algunos riesgos.

El estudio de mercado también es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y contestar la primera pregunta importante del estudio: ¿Existe un mercado viable para el producto que se pretende elaborar? Si la respuesta es positiva, el estudio

continúa. Si la respuesta es negativa, se plantea la posibilidad de un nuevo estudio más preciso.

III. ESTUDIO TÉCNICO

Esta parte del estudio puede subdividirse en cuatro partes: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo.

IV. ESTUDIO ECONÓMICO

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

Comienza con la determinación de los costos totales en la inversión inicial, cuya base son los estudios de ingeniería. Los aspectos que sirven de base para la siguiente etapa, que es la evaluación económica, son la determinación de la tasa de rendimiento mínima aceptable y el cálculo de los flujos netos de efectivo. Los flujos provienen del estado de resultados proyectados para el horizonte de tiempo seleccionado.

Asimismo, es interesante incluir en esta parte el cálculo de la cantidad mínima económica que se producirá, llamado punto de equilibrio.

V. EVALUACIÓN ECONÓMICA

Esta parte se propone describir los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa de rendimiento y el valor presente neto. Esta parte es muy importante, pues

es la que al final permite decidir la implantación del proyecto, la decisión de la inversión en su mayoría recae en la evaluación económica.

Los métodos y los conceptos aplicados deben ser claros y convincentes para el inversionista.

VI. ANÁLISIS Y ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO

El autor propone este punto ya que por lo general la última en el estudio de factibilidad es la evaluación económica.

Este enfoque puede aplicarse en economías inestables, a diferencia de otros enfoques de aplicación más restringida.

2.2.4 MÉTODOS DE EVALUACIÓN

Sapag (2011), usa los siguientes instrumentos para la evaluación del proyecto.

A. VALOR ACTUAL NETO

Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer periodo de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

Si el resultado es mayor que cero, mostrará cuanto se gana con el proyecto, después de recuperar la inversión, por sobre la tasa i que se exija de retorno al proyecto; si el resultado es igual a cero, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa i que se quería obtener después de recuperar el capital

invertido y, si el resultado es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperada la inversión.

B. TASA INTERNA DE RETORNO

Mide la rentabilidad como un porcentaje.

El TIR tiene cada vez menos aceptación como criterio de evaluación, por tres razones principales:

- ✓ Entrega un resultado que conduce a la misma regla de decisión que la obtenida con el VAN.
- ✓ No sirve para comparar proyectos, por cuanto una TIR mayor no es mejor que una menor, ya que la con conveniencia se mide en función de la cuantía de la inversión realizada y cuando hay cambios de signos en el flujo de caja, por ejemplo por una alta inversión durante la operación, pueden encontrarse tantas tasas internas de retorno como cambios de signo se observen en el flujo de caja.

C. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Tiene como objetivo medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo del capital involucrado.

2.2.5 MODELO PARA EVALUACIÓN DE LOS ACTIVOS DE CAPITAL

Para calcular la rentabilidad esperada, señala que la tasa exigida de rentabilidad es igual a la tasa libre de riesgo más una prima de riesgo.

$$E(R_i) = R_f + \beta [E(R_m) - R_f]$$

Donde $E(R_i)$ es la rentabilidad esperada de la empresa, R_f la tasa libre de riesgos y $E(R_m)$ la tasa de retorno esperada para el mercado.

Para el modelo CAPM, cada inversionista tiene la opción de configurar su cartera de inversiones en función de sus preferencias de retorno y del riesgo, donde el coeficiente beta es el factor de medida del riesgo sistemático.

El cálculo del beta, sin embargo, enfrenta limitaciones que pueden distorsionar los resultados como, por ejemplo, que el beta sectorial deba calcularse sobre información no representativa por la cantidad de empresas que tengan presencia bursátil o por el eventual cambio de giro de las empresas que transan en bolsa. De igual forma, el modelo CAPM también tiene debilidades, aunque por su simplicidad es generalmente aceptado por muchos evaluadores de proyectos. Las principales son que se basa en la existencia de un activo libre de riesgo que no se observa en la realidad en términos puros, que considera una única fuente de riesgo y que falta la evidencia empírica que respalde la hipótesis del coeficiente beta.

2.2.6 TURISMO

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros. El turismo es, en la práctica, una forma particular de emplear el tiempo libre y de buscar recreación.”

I. PRODUCTO TURÍSTICO

a. Recursos Turísticos

Son los elementos primordiales de la oferta turística. Son aquellos elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas, es decir, generar demanda. Estos recursos han sido categorizados en:

Sitios naturales; esta categoría agrupa a los lugares geográficos que, por sus atributos propios, tienen gran importancia y constituyen atractivos turísticos.

b. Manifestaciones Culturales

Se consideran los diferentes sitios y expresiones culturales del país, región o pueblo, que datan de épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) o más recientes (tales como restos y lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros) y que representan por ello una atracción en sí mismos.

c. Folclor

Es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, mitos, bailes, gastronomía, que representan y sintetizan el carácter único y diferente del país, región y/o pueblo.

d. Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas

Comprenden aquellas obras actuales que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología alcanzado por el país, la región o el pueblo, con características únicas de gran importancia y relevantes para el turismo.

e. Acontecimientos programados

Categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores.

II. LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Son todos los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica.

III. LA PLANTA TURÍSTICA

Es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin. Estos se clasifican en:

Alojamiento. Según la OMT, éste se divide en hoteleros y extra hoteleros. Los primeros están conformados por:

- ✓ Hoteles que ofrecen alojamiento con o sin servicios complementarios (alimentación, congresos y eventos). Estos dependen de la categoría de cada establecimiento que se puede clasificar de 5 a 1 estrellas, según la reglamentación vigente en nuestro país, siendo el de 5 estrellas el que brinda mayores y mejores servicios complementarios.

- ✓ Hoteles-apartamento que pueden ofrecer todos los servicios de los hoteles, pero que cuentan adicionalmente con instalaciones y equipamiento para la conservación, preparación y consumo de alimentos fríos y calientes. Van de 5 a 3 estrellas.
- ✓ Moteles: Se encuentran ubicados en las carreteras o autopistas, poseen entrada independiente desde el exterior al alojamiento y pueden tener garaje individual o parqueo colectivo. En el Perú aún no se cuenta con esta clasificación.
- ✓ Hostal o pensión: Cumplen las funciones de un hotel, pero no alcanzan las condiciones mínimas indispensables para considerárseles como tales. Puede ser de 3 a 1 estrellas

Los Extra hoteleros agrupan a:

- ✓ Campamentos que son terrenos de uso privado en los que se instalan sistemas de alojamiento, tales como tiendas de campañas o caravanas móviles. Cuentan con instalaciones comunes (sanitarios, lugares para el aseo, el lavado y el tendido de ropa, zonas recreativas).
- ✓ Casa de alojamiento, normalmente particulares, que prestan servicios en época de alta demanda turística y que contribuyen a ampliar la oferta de un determinado destino.
- ✓ Casas rurales, comprende las habitaciones de las comunidades campesinas que han sido adaptadas especialmente para recibir a turistas.
- ✓ Apartamentos que han sido adaptados para permanencias largas.

IV. RESTAURANTES

Son aquellos establecimientos que expenden comidas y bebidas preparadas al público en el mismo local, prestando el servicio en las condiciones señaladas en

el reglamento de restaurantes en el Perú y de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes. Los restaurantes en atención a la calidad de sus instalaciones, equipamiento y servicio que proporcionan, tienen una categoría genérica, que corresponde a Primera, Segunda y Tercera categoría y dentro de éstas, categorías específicas de 5, 4, 3, 2 y 1 tenedor.

CAPITULO III: ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En una investigación cuantitativa existen cuatro tipos de alcances: exploratorios, correlacionales, explicativos y descriptivos, este último, busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro objeto que se someta a un análisis". (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 80).

Por consecuencia el alcance del estudio de pre factibilidad para un hotel en Chinchero – Cusco 2017 planteado es de alcance descriptivo debido a que únicamente explicará las variables sin relacionarlas.

El presente estudio es una investigación no experimental de diseño longitudinal ya que los datos fueron recopilados en diferentes puntos del tiempo para realizar inferencia acerca de la evolución de las variables. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

3.2 MUESTRA

3.2.1 POBLACIÓN

Debido a que el hotel estará ubicado en el distrito de Chinchero, provincia de Urubamba del departamento de Cusco, la población a la cual se dirigirá el proyecto será a los turistas extranjeros que arribar en vuelos internacionales a dicha ciudad, por lo tanto se aproxima el número de la población a los pasajeros que llegan actualmente al Aeropuerto Internacional Alejandro Velasco Astete – Cusco.

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) al año 2013 llegaron 5929 pasajeros en vuelos internacionales.

3.2.2 MUESTRA

La muestra es no probabilística.

Ya que la población es infinita y supera las mil personas el tamaño de muestra fue obtenido mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 p \cdot q \cdot N}{z^2 \cdot p \cdot q + e^2 (N - 1)}$$

Donde:

Z: coeficiente para 96% de confianza

P: Proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio.

Q: Proporción de individuos que no posee la población característica en la población de estudio.

E: error 5%

Nivel de Confianza: 95%

Obteniéndose así como muestra necesaria 361 personas

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 0.95}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 + 0.05^2 (0.95 - 1)}$$

3.3 TECNICAS E INSTRUMENTOS

3.3.1 FUENTES PRIMARIAS

Cuantitativas

Para el estudio de pre factibilidad para la instalación de un hotel en Chinchero – Cusco se realizaron encuestas a turistas extranjeros que llegaron al Aeropuerto Internacional Alejandro Velasco Astete y a las agencias de viaje de acuerdo al tamaño de muestra obtenida, estas personas fueron seleccionadas por un tipo de muestra no probabilística – intencional.

Fecha de inicio: 20 de octubre del 2014

Lugares: Aeropuerto Alejandro Velasco Astete - Cusco

Agencias de turismo del Cusco

3.3.2 FUENTES SECUNDARIAS

Para obtener información secundaria y tener un mayor conocimiento del tema en mención se consultó bibliografía especializada inherente al tema como:

- ✓ Tipos: Libros, tesis, revistas especializadas, artículos periodísticos, páginas web, estudios e informes.
- ✓ Temas:
 - Definiciones de turismo
 - Reglamento de hospedajes
 - Barómetro turístico de América del Sur
 - Perfil del turista extranjero
 - Procesos para estudios de pre- factibilidad

- Análisis de proyectos
- ✓ Fuentes:
 - PROMPERU
 - MINCETUR
 - Organización Mundial de Turismo OMT
 - Ministerio de Cultura
 - Municipalidad del Cusco
 - Municipalidad Provincial de Urubamba

3.3.3 ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN

- La encuesta
- Investigación Documental
- La observación

3.4 CRITERIOS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Para procesar la información se utilizó el SPSS (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales) el cual permitió analizar los datos de manera más eficiente obteniendo así mejores resultados y conclusiones.

Así también se realizaron gráficos en Microsoft Excel para visualizar de manera más clara los resultados obtenidos luego de realizadas las técnicas de recolección de datos.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO ESTRATÉGICO

En este capítulo se analizarán los lineamientos de la base del estudio estratégico que son el macro entorno y micro entorno empresarial, la definición de la visión, la misión y matriz FODA, que permitirán enfocar efectivamente la estrategia genérica y los objetivos del hotel.

4.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

4.1.1 FACTOR DEMOGRAFICO

En los últimos años en Perú está registrando el mayor avance en el número de arribos internacionales en Sudamérica superando a países fronterizos como Argentina, Chile y Colombia de acuerdo al informe Panorama del Turismo Internacional Edición 2014 e laborado por la Organización Mundial del Turismo (OMT).

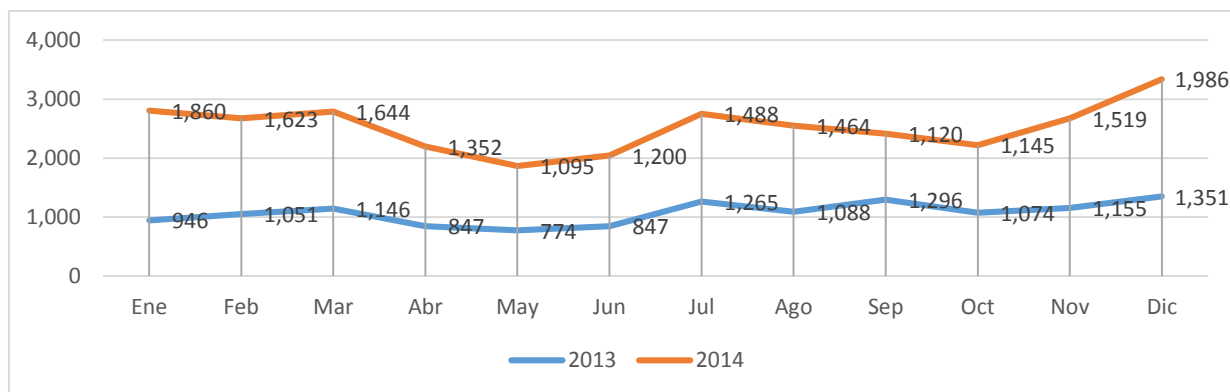
Este informe detalla que Perú recibió en el 2013 a cerca de 3.2 millones en turismo internacionales ubicándose en el tercer lugar del ranking (sin contar a Brasil). Se percibió más de US\$ 3000 millones de ingresos por turismo internacional.

El departamento del Cusco, representan un destino interesante para la inversión, dado que el 37% de los turistas extranjeros visita Cusco, el 35,6% de estos visita Machupicchu, el 27.7% visita el Valle sagrado y el 36.7% las zonas aledañas como Aguas calientes Ollantaytambo y Sacsayhuman. La evolución turística muestra una tendencia creciente sólida como aparece en la figura N°2.

El turista extranjero que visita Cusco es de procedencia Norteamericana (26 %) Latinoamericana (23%) Europea (26%) en su mayoría.

Demográficamente un 33% tiene edades entre 25 a 34 años con un gasto por turista promedio que visita cusco es de US\$ 1,712 y una permanencia promedio de 6 noches, siendo los alojamientos más frecuentados los de tres estrellas.

FIGURA 2: ARRIBOS DE TURISTAS AL AEROPUERTO AVA-CUSCO



Fuente: MINCETUR- Estadísticas

Elaboración: Propia

4.1.2 FACTOR ECONÓMICO

Según el INEI para el cuarto trimestre del 2014 la economía peruana tuvo un aumento del PBI en 1% en comparación al trimestre anterior, dicho crecimiento es explicado por el lento proceso de recuperación de la economía internacional, la baja cotización de nuestros productos mineros, los cuales afectan la inversión y al minería.

Así mismo la producción nacional en enero del 2015 alcanzo un crecimiento de 1.68%, sumando 66 meses de continuo crecimiento, esto fue debido a la evolución positiva de la mayoría de los sectores con la excepción de la pesca, agropecuario, manufactura y construcción. Así también para los últimos 12 meses (febrero 2014 – febrero 2015) el PBI creció en 2.15%, donde el sector alojamiento y restaurantes creció en 4.29% que es explicado por la mayor cantidad de restaurantes (4.21%) y hospedaje (2.87%). Ver gráfico N° 3

FIGURA 3: PRODUCTO BRUTO INTERNO-PERU

<p align="center">Cuadro N° 7 PERÚ: PRODUCTO BRUTO INTERNO (Variación porcentual del índice de volumen físico respecto al mismo periodo del año anterior) Año Base 2007=100</p>						
Actividades	2014/2013					2015/2014
	I Trim.	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Año	I Trim.
Economía Total (PBI)	5,0	1,8	1,8	1,0	2,4	1,7
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	1,3	-0,2	2,6	2,5	1,4	0,4
Pesca y acuicultura	-4,9	-9,9	-15,6	-59,9	-27,6	-9,2
Extracción de petróleo, gas y minerales	4,9	-4,2	-2,7	-0,4	-0,8	4,1
Manufactura	4,0	-3,0	-3,2	-9,9	-3,3	-5,2
Electricidad, gas y agua	5,7	4,9	4,5	4,5	4,9	4,6
Construcción	5,2	0,1	0,0	1,9	1,7	-6,8
Comercio	5,1	4,5	3,8	4,2	4,4	3,6
Transporte, almacenamiento, correo y mensajería	4,9	1,8	1,3	2,4	2,6	1,6
Alojamiento y restaurantes	5,8	5,1	3,9	3,5	4,6	2,9
Telecomunicaciones y otros servicios de información	5,8	6,6	5,8	7,5	6,4	9,0
Servicios financieros, seguros y pensiones	14,3	14,0	12,3	13,4	13,5	11,3
Servicios prestados a empresas	7,4	6,5	6,1	6,3	6,6	5,0
Administración pública y defensa	4,7	3,7	3,7	3,8	4,0	3,5
Otros servicios	5,6	5,5	5,6	5,9	5,7	4,4
Total Industrias (VAB)	5,3	1,9	2,0	1,1	2,5	2,0
DM-Otros Impuestos a los Productos	2,4	1,1	-0,5	0,4	0,9	-0,6

Nota: - Cifras trimestrales ajustadas a las Cuentas Nacionales Anuales.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Elaboración: Informe Primer Trimestre 2015 del PBI- INEI

4.1.3 FACTOR AMBIENTAL

El proyecto beneficia la conservación de la biodiversidad al incrementar el interés de las comunidades locales y los gobiernos, cambiando la actitud pública, generando conciencia sobre la importancia del ambiente y proveyendo una justificación económica sólida para preservar estas áreas frente a usos alternativos que depredan los recursos.

4.1.4 FACTOR TECNOLÓGICO

Se considera un factor clave para el éxito del proyecto equilibrar una plataforma de servicios manteniendo la comodidad brindada por tecnologías modernas mezclada con la arquitectura inca. El factor diferenciador ante otros centros de hospedaje será usar materiales de construcción local para poder ofrecer un ambiente natural vanguardista.

Se busca a demás brindar servicios de turismo vivencial con suites amobladas con temas culturales y además considerar una de las (Municipalidad de Urubamba, 2014)actividades básicas de Chinchero como es la textilería en la utilería del hotel.

4.1.5 FACTOR LEGAL

La construcción de establecimientos de hospedaje en el Perú está regulada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR, en dicho reglamento se establecen las disposiciones para la clasificación, categorización y operación de los establecimientos de hospedaje.

- Ley N° 26961
- Ley N° 29408
- Decreto supremo 029-2004-MINCETUR

4.1.6 FACTOR CULTURAL

Dentro de las inquietudes y necesidades del nuevo turista sobresalen los vinculados a la calidad ambiental, interés por conocer las repercusiones económicas del viaje y la postura de ofertar el pago de mayores precios por atractivos que sean considerados únicos. Según la OMT (2013) dentro del

segmento del turismo la demanda se incrementa en mayor medida al turismo tradicional con un crecimiento del 5% al 10% proyectado. En particular el turismo de naturaleza muestra un crecimiento anual de 30% inclusive.

4.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

Se efectúa bajo el análisis de las cinco Fuerzas de Porter:

4.2.1 AMENAZAS DE NUEVOS COMPETIDORES

Las barreras de entradas más significativas será que los establecimientos de alojamiento requerirán una serie de condiciones que deben cumplirse desde el punto de vista arqueológico. El ministerio de Cultura exige un plan de monitoreo Arqueológico PMA que exige un estudio detallado del proyecto y mayor costo de inversión en investigación.

La amenaza de entrada es alta desde la perspectiva en que muchos inversores, y sobre todo cadenas hoteleras, han visto la oportunidad de negocio en la zona. Si bien hasta la actualidad se ha incrementado los establecimientos de hospedaje, solo una de estas se encuentra categorizada.

**TABLA1: NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO-
DISTRITO DE CHINCHERO**

AÑO	2012	2013	2014	2015
N° De establecimientos	4	4	4	6
N° De habitaciones	27	29	33	35
N° de plazas-camas	57	58	64	70

Fuente: MINCETUR- Estadística mensual de establecimiento de hospedaje.

En conclusión en este momento a diferencia de nuestros competidores nosotros seremos capaces de brindar una gama de servicios de acuerdo al ecosistema, cumpliendo los más altos márgenes de calidad en las operaciones para poder estar al nivel de competir con dichas cadenas hoteleras.

4.2.2 RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

Actualmente el sector hotelero en el Distrito de Chinchero, está orientada principalmente a atender las necesidades del vacacionista, ya que puede pernoctar aquí como parte de su itinerario para recorrer el valle sagrado.

La oferta de alojamiento actual no constituye una competencia directa, sino como una competencia indirecta.

4.2.3 PODER DE NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES

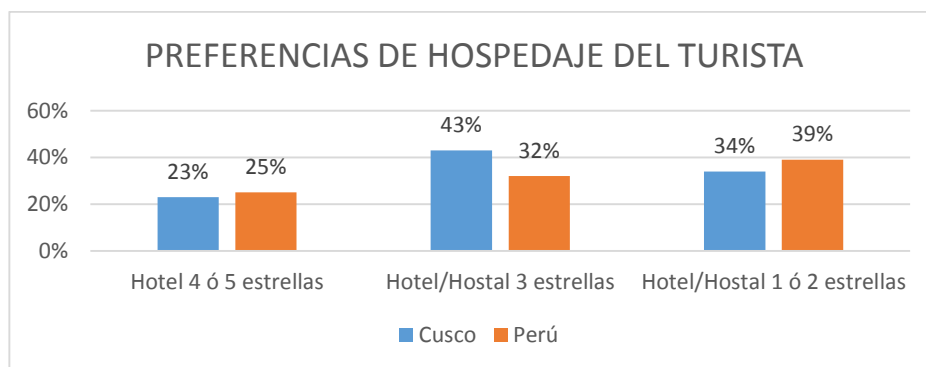
Los principales requerimientos que demandara el hotel son el mantenimiento de las instalaciones y la alimentación de los huéspedes.

El servicio de restaurante buscara enfatizar la gastronomía, enfocada en los platillos locales; la gestión con los proveedores no representara obstáculos, por el contrario se contara con una variedad de productos orgánicos ya que una de las principales actividades del Distrito de Chinchero es la agricultura. En cuanto a los insumos necesarios para el mantenimiento podrán ser adquiridos de la ciudad del Cusco, sin dificultad, ya que la distancia desde el distrito de Chinchero es de 30 minutos.

4.2.4 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES

En el grafico se puede ver que existe una variación en los alojamientos elegidos, los turistas generalmente se hospedan es Hoteles/Hostales de 3 estrellas en la ciudad del Cusco; evaluando la preferencia por servicios de hospedaje, se busca enfatizar la plataforma de servicio, diferenciado en relación a las instalaciones, actividades recreativas, y servicio del al huésped.

FIGURA 4: PREFERENCIAS DE HOSPEDAJE DEL TURISTA



Fuente: PT y PT-Cusco 2014- PROMPERÚ

Elaboración propia

4.2.5 AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

La construcción del aeropuerto de Chinchero es una gran oportunidad para inversionistas, es por ello que no se descarta el ingreso de nuevos establecimientos de hospedaje, aunque se debe tomar en cuenta que existen barreras de entrada a nivel técnico, es decir muchas áreas de los alrededores pueden tener evidencia arqueológica. El ingreso de nuevos establecimientos constituye una amenaza significativa, es por eso que el segmento que se busca atraer es el turista nacional y extranjero, ya que esta enfatiza más en el servicio, siendo el precio, el menos relevante en la elección, por el contrario un nivel de precios altos resulta muchas

veces más atrayente para estos segmentos ya que es un indicador que refleja una plataforma de servicios más completa.

El funcionamiento interno de una empresa se encuentra en gran medida determinado por su entorno, el cual incide directamente en sus estrategias y, por lo tanto, en sus resultados. Es por este motivo que se hace altamente necesario comprender el funcionamiento de este entorno, así como la medida en que sus fuerzas se relacionan con la empresa y afectan su forma de operar.

4.3 PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Se definirá a continuación los elementos base de la gestión empresarial, que permita pautar las acciones del hotel.

4.3.1 VISIÓN

Ser líder en el sector, destacado por el compromiso con la calidad de servicio, gestión y desarrollo sostenible del turismo y los recursos naturales.

4.3.2 MISIÓN

Somos un grupo humano comprometido con brindar una experiencia diferente durante su estancia. Contribuimos al desarrollo económico y sostenible de nuestra comunidad, enfocados al cuidado de nuestros recursos y el medio ambiente.

4.4 ANÁLISIS FODA

a. MATRIZ EFI-EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS

TABLA 2: MATRIZ EFI

Factores Internos	Peso	Calificación	Ponderación
FORTALEZAS			
Construcción vanguardista que no rompa la visión paisajista.	0.25	3	0.75
Personal calificado. Hablando 2 idiomas como mínimo.	0.20	4	0.8
El hotel puede atender Turismo cultural, natural y de aventura.	0.15	3	0.45
Políticas de protección al medio ambiente.	0.13	4	0.52
DEBILIDADES			
Inversión en estudio de Impacto Ambiental.	0.10	1	0.1
Inversión en diseño arquitectónico con elementos naturales.	0.07	1	0.07
Empleo de tecnología limitado.	0.10	1	0.1
Total	1.00		2.79

Elaboración propia.

TABLA 3: CALIFICACIÓN MATRIZ EFI

Puntuación	Nivel
1	Debilidad menor
2	Debilidad mayor
3	Fuerza menor
4	Fuerza mayor

En la Tabla N° 2 se evalúan los factores internos, empleando los puntajes de la Tabla N° 3. Cada factor interno tiene asignado un peso de acuerdo a su importancia relativa. Se obtiene como total de ponderación 2.79.

Elaboración Propia.

b. MATRIZ EFE- EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS

Se califican los factores externos en la Tabla N°4 empleando los puntajes definidos en la Tabla N°5. La ponderación obtenida resulta 2.9

TABLA 4: MATRIZ EFE

Factores externos	Peso	Calificación	Ponderación
OPORTUNIDADES			
Demanda creciente debido a la construcción del aeropuerto internacional.	0.2	4	0.8
Reglamentación flexible sobre requerimientos para categorización.	0.08	3	0.24
Múltiples atractivos turísticos en la zona y alrededores.	0.18	4	0.72
Riqueza natural y cultural	0.15	4	0.6
AMENAZAS			
Aparición de establecimientos de alojamiento sustitutos (categorizados y no categorizados).	0.08	1	0.08
Competencia internacional con mayor experiencia en el sector.	0.15	2	0.3
Posibles conflictos con la población.	0.1	1	0.1
Trámites burocráticos y costosos.	0.06	1	0.06
Total	1.00		2.9

Elaboración propia

TABLA 5: CALIFICACIÓN MATRIZ EFE

Puntuación	Nivel
1	Respuesta Mala
2	Respuesta Media
3	Respuesta Buena
4	Respuesta Superior

Elaboración propia.

c. MATRIZ INTERNA-EXTERNA (I-E)

Con las ponderaciones obtenidas tanto de los factores internos como externos, se calcula la posición en la Matriz Interna y Externa (Ver figura N°5) para determinar el tipo de estrategias óptimas a plantear en el análisis de la Matriz FODA. Los resultados indican que la posición se encuentra en la zona “V” lo que indica que las estrategias deben estar enfocados en el desarrollo del producto (servicio).

FIGURA 5: MATRIZ INTERNA-EXTERNA

	4	3	2	1
3	I	II	III	
2	IV	V	VI	
1	VII	VIII	IX	

Elaboración propia.

d. MATRIZ FODA

TABLA 6: MATRIZ FODA

MATRIZ FODA		FORTALEZAS-F	DEBILIDADES-D
		<p>F.1 Construcción vanguardista que no rompa la visión paisajista.</p> <p>F.2 Personal calificado. Hablando 2 idiomas como mínimo.</p> <p>F.3 El hotel puede atender Turismo cultural, natural y de aventura.</p> <p>F.4 Políticas de protección al medio ambiente.</p>	<p>D.1 Inversión en estudio de Impacto Ambiental.</p> <p>D.2 Inversión en diseño arquitectónico con elementos naturales.</p> <p>D.3 Empleo de tecnología limitado.</p>
OPORTUNIDADES-O		ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
		<p>O.1 Demanda creciente debido a la construcción del aeropuerto internacional.</p> <p>O.2 Reglamentación flexible sobre requerimientos para categorización.</p> <p>O.3 Múltiples atractivos turísticos en la zona y alrededores.</p> <p>O.4 Riqueza natural y cultural.</p>	<p>5. Promover una gestión sostenible de los recursos turísticos y naturales (D1, O4).</p> <p>6. Utilizar todos los recursos naturales disponibles en la zona y aprovechar la tecnología ecológica (D3, O4).</p>
AMENAZAS-A		ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
		<p>A.1 Aparición de establecimientos de alojamiento sustitutos (categorizados y no categorizados).</p> <p>A.2 Competencia internacional con mayor experiencia en el sector.</p> <p>A.3 Posibles conflictos con la población.</p> <p>A.4 Trámites burocráticos y costosos.</p>	<p>10. Desarrollar espacios de alojamiento diferenciado para hacer frente a la competencia y satisfacer al turista (D2, A2).</p> <p>11. Atraer a los clientes a través de marketing online. (D3, A1).</p> <p>12. Promover actividades que protegen al medio ambiente (D1, A3).</p>

4.5 ESTRATEGIA GENÉRICA

De acuerdo a Porter (2001), considerando las estrategias planteadas en la matriz FODA, y además el análisis del macro y micro ambiente; la estrategia genérica más adecuada a emplear es la Estrategia de diferenciación.

El fundamento de la estrategia de Diferenciación reside en que la misión y visión del hotel 3 estrellas se orientan al compromiso con la calidad de servicio, al uso de políticas medio ambientales, contribuyendo al desarrollo sostenible de los recursos turísticos, este es un punto que favorece en la decisión del turismo. Evidenciada en las tendencias globales de un mercado turístico.

Estamos hablando de un mercado con poder adquisitivo cuyo promedio de gasto diario es de US\$ 125 diarios per cápita por lo cual una Estrategia de Liderazgo en Costos seria poco eficaz y una Estrategia de Enfoque seria ineficiente, dado que el público objetivo está conformado principalmente por dos grupos generacionales con características de consumo compatibles pero con diferencias marcadas donde las especializaciones a medida serian excluyentes.

La Estrategia de Diferenciación permite definir una plataforma de servicios con un valor agregado diferente al hospedaje común, que aprovecha los recursos naturales en la zona y las tendencias globales para marcar una diferencia importante más compatible a las expectativas de un creciente y exigente mercado externo.

4.6 OBJETIVOS

4.6.1 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Difusión y posicionamiento del Hotel para el mercado turístico nacional y extranjero.
- Mantener la calidad de los servicios a través de una atención personalizada.
- Fomento del consumo de los productos oriundos de la zona.
- Generar un buen clima laboral donde se desarrolle la sinergia del personal.
- Consolidar un crecimiento de cobertura de mercado de 5% anual en las temporadas altas.

4.6.2 OBJETIVOS FINANCIEROS

- Recuperar la inversión a los dos años de la puesta en marcha del proyecto.
- Tener una rentabilidad mayor al 30%.

CAPITULO V: ESTUDIO DE MERCADO

Para el estudio de mercado se consultó fuentes, información y resultados de investigaciones realizadas por MINCETUR Y PROMPERU. Brindan un amplio material sobre perfiles de turistas, datos actualizados de los arribos internacionales, e indicadores de ocupabilidad en los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Cusco y en el distrito de Chinchero.

5.1 ASPECTOS GENERALES

Los aspectos generales a ser analizados serán en primer lugar la definición del perfil del consumidor y en segundo lugar la definición de los servicios que ofrecerá el hotel.

5.1.1 EL CONSUMIDOR

Para poder definir el perfil de los consumidores de los servicios que brindará el hotel es importante partir de las evidencias actuales del comportamiento del mercado y evolución a través de los últimos años.

Según la OMT (Ver Tabla N° 7) los principales mercados turísticos emisores en la actualidad respecto al número de turistas son principalmente el mercado europeo y en menos medida el asiático y el americano.

TABLA 7: PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

PRINCIPALES MERCADOS EMISORES					
(Por número de turistas)					
	2005	2010	2013	2014	var 14/13
Europa	452,2	497,4	559,8	575	2,70%
Asia y el Pacífico	152,9	206	253,5	267,9	5,70%
Américas	136,7	156,3	176,4	189,2	7,20%
Oriente Medio	21	33,3	35,3	37	5,20%
África	19,3	28,1	32,1	33,2	3,40%

Fuente: OMT, Barómetro del turismo 2015

Elaboración propia

Para la segmentación se tomara como referente fuentes principales. La primera es la más reciente emisión del Perfil del Turista 2014 (PT 2014) de la comisión de Promoción del Perú-PROMPERU.

Según este estudio por lo general los turistas que visitan nuestro país residen en grandes ciudades son personas cultas y trabajan en cargos ejecutivos y técnicos. En cuanto a edad un 34% de los turistas son de 25 a 34 años de edad, en su mayoría los turistas hacen uso de paquetes turísticos. Los gastos promedio totales del vacacionista (US\$ 1115) como gasto diario (US \$125) con respecto al 2013. Dentro de los más importantes tipos del turismo figura el turismo cultural (84%) naturaleza (36%) con un marcado crecimiento anual.

Esta información lleva a identificar mercados potenciales a nivel turístico cultural y natural que pueden ser explotados. El PT 2014 revela que un 37% del total del turismo de origen extranjero a nivel nacional se localiza en la ciudad del cusco. Para consultar las características del turista en la zona de Cusco.

Para analizar el perfil del cliente potencial se estudiará el perfil del consumidor que visita la ciudad del Cusco (PT 2014 Cusco), elaborado por PROMPERU ya

que este segmento puede hacer uso de nuestro servicio en un futuro, el turista podrá elegir entre llegar al Aeropuerto Internacional Alejandro Velasco Astete de la ciudad del Cusco o al Aeropuerto Internacional Chinchero.

TABLA 8: PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA CUSCO

	PERFIL TURISTAS 2014 -CUSCO	
EDAD	De 25 a 34 años	34%
	De 35 a 44 años	18%
ESTADO CIVIL	Parte de una pareja	49%
	Soltero	51%
PAÍS DE RESIDENCIA	Estados Unidos	26%
	Francia	6%
	España	6%
	Japón	5%
	Canadá	5%
	Chile	5%
	Brasil	5%
INGRESO FAMILIAR ANUAL	De US\$ 20 000 a US\$39 990	25%
	De US\$ 49 000 a US\$59 990	24%
	De US\$ 69 000 a US\$79 990	11%
MEDIOS QUE INFLUYEN EN LA DECISION DE VIAJE	Internet (general)	72%
	Recomendación de amigos	49%
ALOJAMIENTO	Hotel 4 o 5Estrellas	23%
	Hotel/Hostal 3 estrellas	43%
	Hotel/hostal 1 o 2 estrellas	34%
PERMANENCIA	Perm. Prom en Cusco #noches	6%
MOTIVO DE VISITA	Vacaciones/ Recreación	89%
	Visitar a familiares	4%
	Negocios	2%
GASTO EN EL PERÚ PROMEDIO	De \$2500 a más	23%
	De \$1000 a \$1499	21%
	De \$1500 a \$ 1999	20%
PRINCIPALES ATRACTIVOS VISITADOS	Machupicchu	95%
	Cusco	91%
	Aguas Calientes	81%
	Ollantaytambo	73%
	Valle Sagrado	71%
	Chincho	26%
ACTIVIDAD REALIZADA	Turismo Cultural	99%
	Naturaleza	72%
	Aventura	18%

Fuente: PT 2014: Investigación de mercados turísticos- PROMPERÚ

Elaboración propia

FIGURA 6: SEGMENTACIÓN DE MERCADO TURISTICO EN LA CIUDAD DEL CUSCO



Fuente: PTE 2014 y PTE 2014 Cusco: Investigación de mercados turísticos- PROMPERÚ

Elaboración propia

Los segmentos de vacacionistas cultural, natural, y aventurero son enteramente atendibles. Se consideraría poder captar los segmentos del vacacionista cultural y el vacacionista natural, ya que tiene un poder adquisitivo similar y existe una clara tendencia por favorecer el enfoque natural, mostrando respeto y empatía por las empresas que muestran responsabilidad social.

5.1.2 EL SERVICIO

A continuación se detalla los siguientes servicios a brindar en el proyecto del hotel en la ciudad de Chinchero.

FIGURA 7: SERVICIOS “HOTEL RETAMA”



Paseos a Caballo: Pensada en la actividad turística natural, perfecta para pasear alrededor de la población en lagos y lagunas aledañas.



Campamento Organizado: Actividad pensada en los huéspedes que desean tener una noche a la luz de la luna. Se ofrece alquiler de equipo para acampar.



Servicio de Masajes: Moderno ambiente donde el huésped puede tomar un descanso al servicio de reconfortarles masajes. Disfrutando de los beneficios de la aromaterapia, reflexoterapia.



Atención medica: Para los huespedes con dificultad para acondicionarse al cambio climatico.

- ✓ Alojamiento: Habitaciones creadas para el disfrute de la estancia, cómodas, amplias y acogedoras, donde existe el equilibrio perfecto entre la modernidad y la cultura vida del pueblo de Chinchero.
 - Desayuno- Buffet Gratuito
 - Wi-fi gratuito en todo el hotel. Ponemos a su disposición un equipo de cómputo para consultas.

- Personal Multilingüe.
- Lavandería.
- Alianza estratégica con servicios de taxi y movilidad.

5.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para estudiar la demanda se consideró usar el número de personas que llegan al aeropuerto internacional Alejandro Velasco Astete en la ciudad del Cusco. La siguiente tabla representa la llegada mensual de turistas nacionales e internacionales desde el 2002.

TABLA 9: MOVIMIENTO DE PASAJEROS EN VUELOS EN EL AIAVA-CUSCO

MOVIMIENTO GENERAL DE PASAJEROS EN VUELOS DOMÉSTICOS E INTERNACIONALES EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL ALEJANDRO VELASCO ASTETE - CUSCO								
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ENERO	73,5	94,805	96,302	106,003	123,241	133,115	162,202	178,347
FEBRERO	67,234	80,091	80,594	76,106	105,568	120,092	157,234	158,603
MARZO	82,702	102,031	95,526	95,772	126,069	133,468	175,626	180,422
ABRIL	86,257	91,586	110,116	107,055	128,711	152,665	171,697	197,259
MAYO	90,467	107,497	107,061	130,629	140,878	153,75	201,307	213,564
JUNIO	88,781	101,853	109,945	122,374	140,463	159,604	188,856	198,72
JULIO	115,382	124,252	124,716	143,155	174,823	186,038	221,433	234,434
AGOSTO	117,485	132,178	121,759	145,993	176,548	193,676	234,613	250,93
SEPTIEMBRE	99,496	109,757	112,65	129,578	138,506	174,274	203,453	226,221
OCTUBRE	108,803	123,983	122,516	151,151	163,336	194,69	228,664	240,257
NOVIEMBRE	94,486	97,089	109,736	124,614	134,301	167,316	186,044	209,864
DICIEMBRE	83,412	87,356	97,279	114,85	126,967	156,784	176,981	197,238
TOTAL	1,108,005.00	1,252,478.00	1,288,200.00	1,447,280.00	1,679,411.00	1,925,472.00	2,308,110.00	2,485,859.00

Fuente: CORPAC/Área de Planeamiento y Proyectos/Estadísticas/ MINCETUR

Elaboración: Propia

Para la proyección de la demanda usó el método de modelo de series de tiempo según Sapag (2001) dice que este *“pueden pronosticar el valor futuro de la*

variable que se desea estimar extrapolando el comportamiento histórico de los valores observados para esa variable.”

Se usó la función ¹polinómica ya que permite deducir la variable Y (Demanda) respecto de su media esta explicada en 99.04%, mientras que con la función lineal solo esta explicada en 94 %.

TABLA10: PROYECCIÓN MODELO POLINÓMICO

Modelo Polinómico		
Años	X = Años	Y = Demanda
2005	-4.5	895,895
2006	-3.5	909,041
2007	-2.5	1,108,005
2008	-1.5	1,252,478
2009	-0.5	1,288,200
2010	0.5	1,447,280
2011	1.5	1,679,411
2012	2.5	1,925,472
2013	3.5	2,308,110
2014	4.5	2,485,859
2015	5.5	2,440,703
2016	6.5	2,799,993
2017	7.5	3,189,235
2018	8.5	3,608,429
2019	9.5	4,057,575
2020	10.5	4,536,673
2021	11.5	5,045,723
2022	12.5	5,584,725

Elaboración: Propia

¹ Sapag (2001) “La función Polinómica siempre ajusta la tendencia de mejor forma que una función lineal. Es usual en la práctica llegar a usar hasta una función polinómica cúbica, ya que un grado mayor no tiende a reflejar la tendencia de los datos reales.”

Se ha realizado la proyección de la demanda desde el año 2017, ya que el proyecto de construcción del Aeropuerto de Internacional de Chinchero- Cusco finalizará aproximadamente en dicho año. En la siguiente tabla se ha proyectado la cantidad de personas que probablemente hagan uso de nuestro servicio.

Para la proyección de la demanda se ha utilizado los resultados obtenidos en el estudio de mercado: El porcentaje de asistencia se refleja en la pregunta N° 8 de la encuesta “¿Le gustaría pernoctar en Chinchero a su arribo al Cusco?” Donde el porcentaje de personas que si estarían dispuestas a quedarse en un hotel en Chinchero son el 68.75%. El siguiente indicador para el cálculo es la intención de compra que se refleja en la pregunta N° 4 “¿Qué tipo de hospedaje prefiere?” el 25.75 % de las personas encuestadas prefieren hospedarse en un hotel de 3 estrellas.

TABLA 11: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Años	Población Objetivo	Porcentaje de Asistencia	Intensión de Compra	Frecuencia/ Año (Promedio)	Proyección Demanda (N° de personas)	Participación de mercado (N° de personas) 2%
2017	3,189,235	68.75%	25.75%	1.00	564,594	11,292
2018	3,608,429	68.75%	25.75%	1.00	638,805	12,776
2019	4,057,575	68.75%	25.75%	1.00	718,318	14,366
2020	4,536,673	68.75%	25.75%	1.00	803,133	16,063
2021	5,045,723	68.75%	25.75%	1.00	893,251	17,865
2022	5,584,725	68.75%	25.75%	1.00	988,671	19,773

Elaboración propia

Una vez que se ha determinado la existencia de una demanda y se haya analizado el sector, es necesario estudiar y determinar qué características debería tener el productor/servicio que se ofrecerá para ser valorado y aceptado por los consumidores.

Se realizó una investigación de mercados, se consideró que el mercado objetivo está formado por hombres y mujeres, extranjeros y nacionales, de 20 a 65 años de edad, con preferencias personas que les agrada el turismo cultural, turismo natural y vivencial. Por esas razones se busca adoptar opciones novedosas para las preferencias del huésped, de modo que este tiene la facilidad de ambientarse al clima, relajarse, conocer más de cerca la cultura y sea más fácil llegar al destino turísticos como la ciudad del Cusco, Valle Sagrado y Machupicchu.

Identificado el mercado meta objetivo, se procedió a realizar una encuesta para determinar cuál es el concepto que tienen de un hotel, aspectos como el precio y la preferencia de servicios.

Para la obtención de la muestra se tomaron los datos de las llegadas mensuales de turistas nacionales extranjeros al aeropuerto Alejandro Velasco Astete. La población supera a las mil personas por esa razón se determinó la cantidad de encuestados a través de la fórmula para muestras no probabilísticas.

El informe detallado de la encuesta realidad se puede encontrar en Anexo N° 2.

5.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

En el análisis de la demanda se ha demostrado que hay un incremento notable en el arribo de turistas. Sin embargo, la oferta de servicios en Chinchero es inferior a la demanda.

En el perfil del turista 2014 realizado por PROMPERU nos muestra que los lugares más visitados es Machupicchu (95%) y Cusco en (91%), el hotel estará situado entre estos dos destinos, Chinchero está ubicado a 28 Km del Cusco y 40 Km de Ollantaytambo (Estación de tren-PeruRail). En vista de que el nuevo Aeropuerto Internacional ubicado

en la ciudad de Chinchero los turistas que arriben esta población buscaran donde ambientarse al clima o quizá buscar donde hospedarse por la noche para continuar su itinerario de viaje.

En el informe del nivel de satisfacción del turista extranjero realizado por PROMPERU (PROMPERU, 2012) muestra información sobre la satisfacción del turista en la ciudad del Cusco.

FIGURA 8: SATISFACCIÓN FRENTE A LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

	Total 2010	Total 2012	Residencia		
			Norteamérica	Europa	Sudamérica
Calificación general	8.15	8.50	8.73	8.33	8.70
Guías turístico locales	8.54	8.67	8.73	8.60	8.81
Servicio de información turística	7.69	8.34	8.17*	8.36*	8.43*
Entretenimiento nocturno	7.89	8.31	8.46	8.03	8.69
Transporte aéreo interno	7.90	8.31	8.41	8.13	8.66
Alojamiento pagado	7.90	8.25	8.47	8.09	8.48
Restaurantes	7.76	8.23	8.27	8.15	8.43
Agencia de viaje local	8.10	8.11	8.16	8.09	8.09
Transporte terrestre interprovincial	7.07	7.85	8.06*	7.60	8.44
Taxis	6.85	7.21	7.60	7.02	7.30

Escala: 1 = Pésimo / 10 = Excelente

Índice mínimo de satisfacción: 8.00

Base: Turistas extranjeros que visitaron Cusco y utilizaron los servicios indicados

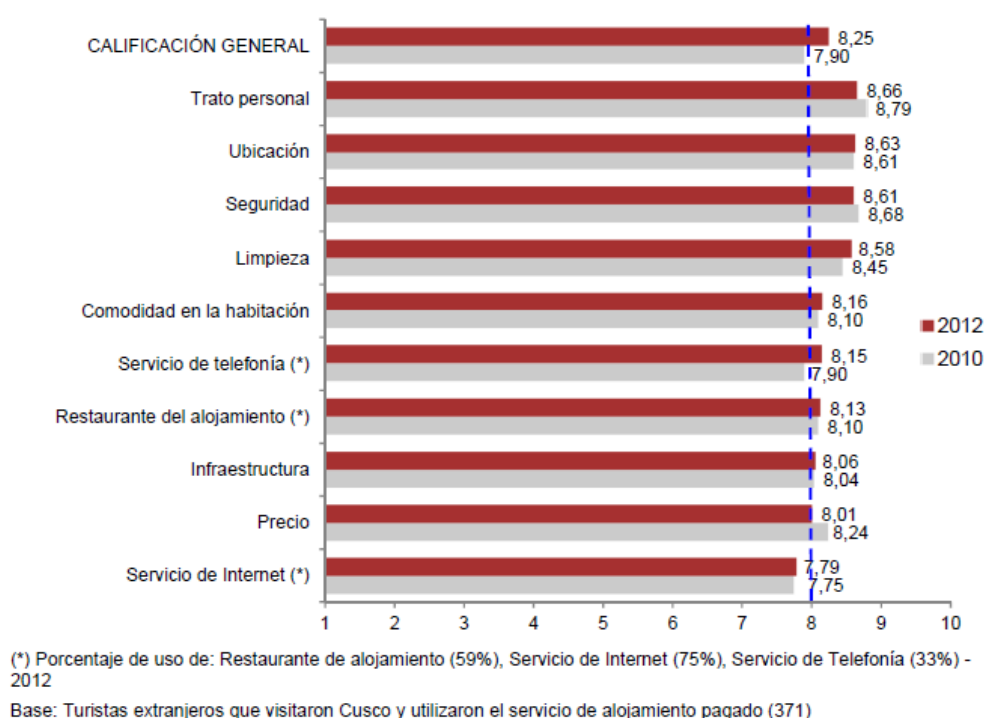
*Base estadísticamente no representativa

Fuente: PROMPERU- Nivel de Satisfacción del turista Extranjero 2012.

Entre los turistas extranjeros señalan que se encuentran satisfechos en su mayoría con los guías turísticos locales y el servicio de información turística.

En el siguiente grafico se muestra la evaluación del servicio de alojamiento pagado dentro de la ciudad.

FIGURA 9: EVALUACIÓN DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO PAGADO DENTRO DE LA CIUDAD



Fuente: PROMPERU- Nivel de Satisfacción del turista Extranjero 2012.

Para la mejor atención a los huéspedes tomaremos en cuenta dos puntos, la ubicación, ya que es un punto valorado por los turistas, se busca tener una ubicación estratégica con la distancia idónea para brindar una estancia placentera, el huésped pueda adaptarse al clima, y conservar energía para continuar sus recorridos turísticos. En segundo lugar se busca tener un trato especial con los huéspedes, el hotel busca tener una atención especial con cada huésped, es por eso que no tendremos un extenso número de habitaciones; de tal manera que el personal pueda brindar una atención casi personalizada.

Según la encuesta mensual de establecimientos de hospedaje que brinda el MINCETUR en el 2014 en el distrito de Chinchero existían 4 establecimientos de hospedaje no categorizados con un promedio de 33 habitaciones en total, el 2015 el número de

establecimientos se incrementó a 6 establecimientos de alojamiento, con un promedio total de 70 habitaciones.

A continuación se describirá a un establecimiento de alojamiento más popular para los pobladores de la zona.

1. LA CASA DE BARRO LODGE & RESTAURANTE

Se encuentra en el pueblo de Chinchero. Ubicada en Calle 147 Chinchero, Miraflores, Chinchero / Urubamba.

Construcción de 2 niveles, cuenta con 11 habitaciones. Las habitaciones cuentan con calefacción y aire acondicionado, las habitaciones matrimoniales especiales cuenta con bañera, no tienen un ascensor

El atractivo principal es el restaurante, brindan platos típicos de la zona elaborados en horno de barro.

En la actualidad tiene una demanda de 5 turistas al día.

a. DESCRIPCIÓN DE SERVICIOS

TABLA 12: DESCRIPCIÓN DE SERVICIOS LA CASA DE BARRO LODGE & RESTAURANTE

Servicio	Descripción
Servicio a la habitación	Se brindan todo tipo de platos, piqueo y bebidas las 24 horas del día.
Información Turística	Para tener orientado al turista sobre la ubicación de lugares.
Bar y Restaurant	Con vista al jardín, se sirven platos locales.
Servicio de lavandería	Servicio de lavandería para huéspedes. (Con costo adicional).
Transporte	Se ofrece transporte desde y hacia el Aeropuerto Alejandro Velasco Astete previa coordinación (Con costo adicional).
Desayuno	Incluye desayuno americano.
Sala de estar con TV	Esta zona del hotel incluye juegos para niños.
Adicionales	Tasa de Servicio 10% de la tarifa.

5.4 COMERCIALIZACIÓN

En esta sección se culmina el estudio de mercado analizando las variables restantes del Mis de Marketing no consideradas hasta el momento, la plaza, la promoción y los precios.

5.4.1 PRODUCTO

El hotel busca ser la primera opción en la opción de servicio de alojamiento. Busca marcar la diferencia con la competencia actual, destacar la marca por prestar una alta calidad de servicio. Cuidando a detalle la atención al cliente, brindando instalaciones modernas y sobretodo protegiendo el medio ambiente.



“No importa el lugar o el motivo de tu viaje, siempre habrá algo nuevo para descubrir”

5.4.2 PLAZA

Dado que se trata con un servicio de hospedaje el análisis de la plaza se reduce a la atención de los parámetros críticos en la gestión con los proveedores y en las políticas de inventario. Se elegirá proveedores de algunos insumos en la ciudad de Cusco para atender las necesidades de manera óptima. La opción más viable se determinara tomando en cuenta los siguientes factores críticos

- Variedad de productos (alimentos, limpieza, útiles)
- Tiempos de entrega
- Calidad y medios de entrega de los productos
- Niveles de precios

El servicio de hospedaje, es un tipo de servicio que se reduce la plaza, a la atención al huésped, a la atención y pago en las propias instalaciones. En el hotel se trabajará con una agencia turística como canal intermediario, y alianza estratégica.

Principales agencias turísticas con las que se harán alianzas estratégicas:

- Nuevo Mundo Viajes
- Cóndor Travel
- Viajes Club
- Perú Travel Services

TABLA 13: CANAL INTERMEDIARIO

CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN
Miembros del canal	Agencias turísticas nacionales e internacionales.
Cobertura de mercado	Paquetes turísticas nacionales e internacionales.
Niveles de servicio	Ofrecerán los servicios de alojamientos y movilidad. Tendrán contacto directo con nuestro agente de ventas.

Elaboración: Propia

5.4.3 COMUNICACIÓN

La publicidad del hotel será difundida en Internet. En la encuesta realizada a turistas nos muestra que el medio que se utiliza para informarse sobre hoteles el 65% respondió que es vía internet. Además se observa que un 15% de turistas tienden a contratar servicios directamente mediante la web lo que representa una oportunidad importante para llegar al consumidor. La estrategia de publicidad en internet se basará en establecimiento de un portal web que contara con las siguientes características:

- Se establecerá una página web con; la descripción de toda la información en tres idiomas: español, inglés, francés, japonés, alemán y portugués.

- Se debe incluir una sección donde se detalla los principales servicios brindados por el centro enfocándose en la gama de servicios de turismo pues constituyen el principal factor dentro de la estrategia de diferenciación de servicio del hotel.
- En el tema de la infraestructura enfatizar en mostrar la construcción con materiales naturales y bajo un enfoque eco turista. Mostrando fotos que permiten realizar el valor visual de la arquitectura con materiales locales.
- Fotografías de las habitaciones y precios.
- Videos promoviendo el Turismo en el Complejo Turístico de Chinchero y otros atractivos del pueblo.
- Incluir un “guestbook” que muestre los comentarios de huéspedes expresando su experiencia de viaje al Cusco y experiencia de pernocte en el hotel.

Adicionalmente se gestionará la membresía para estar presente en páginas web como www.tripadvisor.com.pe, www.despegar.com, www.booking.com.

El otro medio de promoción será a través de agencias de viaje y guías turísticas.

PROMPERU (2014) La razón es que el 34% y 11% de los turistas emplean agencias de viaje y guía turística respectivamente como medio de información para determinar y elegir sus viajes. Se emplearía una estrategia a través de estos medios para publicitar masivamente la introducción del hotel al mercado, publicitándolo como un hotel con infraestructura única donde se aprovechan recursos naturales balanceando la visita de destinos culturales, naturales y de

aventura con un alojamiento que fusiona la comodidad y excelente de calidad de servicios con tecnología de punta sin impacto ambiental negativo.

5.4.4 PRECIO

Los precios manejados por los hoteles a nivel de la plataforma de servicio que ofrecen. Para determinar los precios en nuestro caso será necesario plantear una posición estratégica respecto al nivel de servicios en el mercado local y de manera referencial en el internacional, empleando los competidores más cercanos.

Se fijará un valor referencial en la escala de servicios ubicado entre el competidor más cercano por encima y por debajo de cada uno de los servicios de alojamiento que se planifican ofrecer. Se ha fijado un valor ubicado entre los competidores más cercanos, sabiendo además los precios que estos manejan, es posible realizar una interpolación simple para obtener un precio que sea considerado proporcional al nivel del servicio planteado. Es así como se obtiene un rango de precios referencial. Los precios se detalla en la Tabla N°14, e incluyen alojamiento, desayuno, derecho de uso de instalaciones.

TABLA 14: PRECIOS HOTEL RETAMA

Alojamiento	Precio Sugerido
Simple	S/. 150.00
Doble	S/. 180.00
Triple	S/. 200.00
Suite Matrimonial	S/. 250.00
Matrimoniales	S/. 220.00

Elaboración propia

CAPITULO VI: ESTUDIO TÉCNICO

El presente capítulo estudia los aspectos técnicos vinculados a la localización, tamaño y características físicas del hotel. Serán establecidas además las operaciones y los requerimientos para las plataformas de servicio.

6.1 LOCALIZACIÓN

Se ha evaluado la localización del proyecto en dos etapas. En primer lugar la macro localización para definir a nivel de la provincia de Urubamba, departamento del Cusco el lugar más idóneo para la construcción del proyecto hotelero; y en segundo lugar la micro localización, la cual determinará el terreno más adecuado dentro de la zona obtenida previamente.

6.1.1 MACRO LOCALIZACIÓN

La provincia de Urubamba es una de las 13 provincias del departamento del Cusco, la cual como se puede ver en el Anexo N° 2 está conformada por los siete distritos donde se encuentran los principales atractivos turísticos (naturales, históricos y culturales): Urubamba, Chinchero, Huayllabamba, Machupicchu, Maras, Ollantaytambo y Yucay.

Los criterios utilizados para realizar la evaluación de macro localización y los pesos asignados a cada uno se detallan en la tabla N°15, seguidamente se colocó puntuaciones de 0 a 10, donde 0 es la puntuación más baja y 10 la más alta a los distritos de Urubamba y finalmente se hizo una ponderación que se muestra en la tabla N°16 para definir el mejor distrito para el proyecto planteado, según los resultados obtenidos, el distrito elegido es Chinchero.

TABLA15: CRITERIOS DE MACRO LOCALIZACIÓN

N° Criterio	Criterio	Peso
1	Atractivos turísticos (naturales, históricos y culturales)	18.00%
2	Proximidad al nuevo aeropuerto internacional	13.00%
3	Oferta hotelera	20.00%
4	Disponibilidad de servicio de alcantarillado y desagüe	10.00%
5	Cobertura de comunicaciones	10.00%
6	Facilidad de abastecimiento	14.00%
7	Costos de terrenos o alquileres	15.00%
	Total	100.00%

Elaboración: Propia

TABLA16: EVALUACIÓN DE LA MACRO LOCALIZACIÓN

EVALUACIÓN DE LA MACROLOCALIZACIÓN								
Criterios	1	2	3	4	5	6	7	Puntaje
Peso	18.00%	13.00%	20.00%	10.00%	10.00%	14.00%	15.00%	
Urubamba	5	5	6	8	8	6	3	5.64
Chinchero	8	10	5	9	9	10	5	7.69
Huayllabamba	3	8	1	5	4	7	9	5.01
Machupícchu	10	1	10	7	5	8	1	6.4
Maras	5	5	1	4	4	7	9	4.88
Ollantaytambo	8	3	8	6	6	6	2	5.77
Yucay	4	6	5	5	5	7	7	5.53

Elaboración: Propia

6.1.2 MICRO LOCALIZACIÓN

El proyecto hotel en Chinchero estará localizado aproximadamente a 30 kilómetros al norte de la ciudad del Cusco, y operará en la zona urbana de Chinchero.

Los terrenos a considerar se ubicarán en la proximidad de la carretera para poder facilitar el acceso vial además del acceso a los servicios de agua y fluido eléctrico.

Se han evaluado las alternativas a través de criterios como el precio por metro cuadrado, la proximidad al aeropuerto, las vías de acceso y la disponibilidad de terreno requerido. (Ver tabla N° 17)

TABLA 17: CRITERIOS DE MICRO LOCALIZACIÓN

CRITERIOS DE MICROLOCALIZACIÓN		
N° Criterio	Criterio	Peso
1	Distancia del aeropuerto	20%
2	Disponibilidad de área	25%
3	Relieve y Topografía	15%
4	Precio por Metro Cuadrado	30%
5	Vías de acceso	10%
	Total	100.00%

Elaboración: Propia

Se realizó una visita al Distrito de Chinchero y a principales inmobiliarias de la ciudad de Cusco para obtener las diferentes alternativas de terrenos que se observan en la tabla N° 18.

TABLA 18: ALTERNATIVAS DE TERRENO

ALTERNATIVAS DE TERRENOS					
Terreno	1	2	3	4	5
Zona	Ubicado a 8km del aeropuerto	Paclacocha, a 11 km del aeropuerto	Ubicado a 20 Km del aeropuerto, a 13 km de Cusco y a 3 km de Cachimayo (Distrito de Anta)	Ubicado a 3 km del aeropuerto	Frente al aeropuerto a 3 minutos de la pista principal
Tamaño disponible en venta	480 mt ²	416 mt ²	320 mt ²	960 mt ²	455 mt ²
Descripción	Terreno agreste Tierra arenisca.	Agua, luz, desagüe por conectar a 10 mt	Luz Agua y desagüe en trámite Frontis 61.80 mt	Incluye agua potable, desagüe y luz eléctrica	Todos los servicios saneados Registrado
Precio	60\$ x mt ²	80\$ x mt ²	44\$ x mt ²	35 \$ x mt ²	40\$ x mt ²

Elaboración: Propia

Fuente: Inmobiliarias de Cusco

Para elegir la mejor alternativa se realizó una ponderación que se muestra en la tabla N°19, se calificó a cada opción de 0 a 10, siendo 0 la menor calificación y 10 la mejor, y finalmente el terreno N° 3 obtuvo la puntuación más alta. Por lo tanto éste será el adquirido teniendo una dimensión de 320 mt² y un precio de 44\$ x mt².

TABLA 19: EVALUACIÓN DE MICRO LOCALIZACIÓN

EVALUACIÓN DE LA MICROLOCALIZACIÓN						
Criterios	T1	T2	T3	T4	T5	Puntaje
Peso	20%	25%	15%	30%	10%	
Terreno 1	9	6	3	4	5	5.45
Terreno 2	8	5	4	2	4	4.45
Terreno 3	10	8	7	8	6	8.05
Terreno 4	5	8	5	9	7	7.15
Terreno 5	2	5	6	8	8	5.75

Elaboración: Propia

6.2 TAMAÑO

El tamaño del hotel estipula como será distribuida el área con el que se cuenta; se tendrá tres sectores: el primero se denomina sector de alojamiento el cual estará regido al Reglamento de Establecimientos y Hospedajes N° 308-2014 – MINCETUR, el segundo es el sector central (administrativo y servicios) el que se definirá de acuerdo a la demanda establecida y las necesidades de personal que se requiera para el correcto funcionamiento del hotel, por último el tercer sector es el de áreas abiertas que también han sido definidos en mira a un mejor servicio y comodidad de los huéspedes.

6.2.1 SECTOR ALOJAMIENTO

El sector de alojamiento se ha definido de acuerdo a la demanda obtenida para el proyecto en la cual a la par se estipuló la cantidad de habitaciones en base al Reglamento de Establecimientos y Hospedajes N° 308-2014 – MINCETUR.

El hotel contará con 29 habitaciones distribuidas de la siguiente manera 6 habitaciones simples, 8 habitaciones dobles, 11 habitaciones matrimoniales, 2 suites matrimoniales y 2 habitaciones triples, de tal forma se tiene una capacidad máxima de 54 huéspedes (Ver tabla N° 20).

TABLA 20: SECTOR ALOJAMIENTO

Tipo de Habitación	Cantidad de Habitaciones	m² por Habitación	Total m²
Simple	6	16	96
Doble	8	18	144
Triple	2	28	56
Matrimonial	11	30	330
Suite Matrimonial	2	71	142
Total	29		768

Elaboración: Propia

Para definir los áreas de las habitaciones se consultó con un ingeniero civil, además se tomó como parámetros las áreas exigidas en el Reglamento de Establecimientos y Hospedajes N° 308-2014 – MINCETUR. El área total se obtuvo de la multiplicación de cada tipo de habitación por los metros cuadrados asignados y se llegó al total de 768 m².

Los servicios con los que contará cada habitación son: baño privado, cable, teléfono e internet (señal wifi) adicionalmente estarán equipadas con mesas de noche, y roperos empotrados.

6.2.2 SECTOR CENTRAL: ZONA ADMINISTRATIVA Y DE SERVICIOS

Zona administrativa: para realizar las actividades adecuadamente es necesario contar con una oficina en la cual el administrador y el agente de ventas puedan cumplir con sus funciones.

Los trabajadores de la empresa tendrán la comodidad para tomar el desayuno, almuerzo o cena (dependiendo el turno en que se encuentren) para ello habrá una sala de estar destinada exclusivamente para el personal, además dispondrán de casilleros y vestidores donde podrán cambiarse y asearse al entrar o salir de su puesto de trabajo, la tabla N° 21 especifica el total de área administrativa.

TABLA 21: SECTOR CENTRAL-ZONA ADMINISTRATIVA

SECTOR CENTRAL: ZONA ADMINISTRATIVA	
Tipo de Habitación	Total m ²
Recepción	25
Área de personal	75
Total	100

Elaboración: Propia

Fuente: Planos del hotel

Zona de Servicios: de acuerdo a la demanda y al estudio de mercado se definió que el hotel contará con baños públicos, lavandería, tópicos, cocina, restaurant/bar, y espacio para estacionamiento; así también se tendrá una sala de conferencia en la cual se realizarán labores de venta de paquetes turísticos y reuniones esporádicas.

Además se vio por conveniente la existencia de un almacén para que tener un mejor control de la logística, un espacio de recepción en el cual los huéspedes podrán registrarse y hacer todas las consultas que tengan y un hall para sala de espera, la tabla N° 22 muestra dicha distribución.

TABLA 22: SECTOR CENTRAL- ZONA DE SERVICIOS

SECTOR CENTRAL: ZONA DE SERVICIOS	
Tipo de Habitación	Total m²
Estacionamiento	64
Baños públicos	29
Almacén	76
Lavandería	76
Tópico	30
Cocina	42
Hall	54
Restaurant/ bar	100
Total	471

Elaboración: Propia

Fuente: Planos del hotel

6.2.3 SECTOR DE LAS ÁREAS ABIERTAS

En base al estudio de mercado, las áreas de esparcimiento o de servicios adicionales son necesarias para los huéspedes.

Como servicio adicional el hotel designará un área de camping donde los huéspedes podrán pernoctar teniendo mayor contacto con la naturaleza, así también se tendrá una terraza. Adicionalmente los huéspedes podrán pasear en caballos por los alrededores del pueblo (ver tabla N° 23)

TABLA 23: SECTOR DE ÁREAS ABIERTAS

SECTOR DE AREAS ABIERTAS	
Tipo de Habitación	Total m ²
Área de camping	33
Terraza	28
Pasadizos	200
Total	261

Elaboración: Propia

6.2.4 ÁREA TOTAL REQUERIDA

El área total requerida como se muestra en la tabla N° 24 es de 1600 m², esta se obtuvo de la suma de los tres sectores: alojamiento, central y áreas abiertas.

TABLA 24: ÁREA TOTAL

ÁREA TOTAL	
Sector	Área m ²
Sector de Alojamiento	768
Sector de Área Administrativa y Servicios	571
Sector de Áreas Abiertas	261
Total	1600

Elaboración: Propia

6.3 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Se detallara las características físicas de la infraestructura del hotel por sectores, los equipos, los muebles y finalmente la distribución de espacios. Todos los puntos serán desarrollados en base al Reglamento de Establecimientos de Hospedaje del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) que se muestra en el Anexo N° 4.

6.3.1 INFRAESTRUCTURA

Para cada tipo de establecimiento de hospedaje se debe considerar los requisitos mínimos de infraestructura establecidas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

El plano de distribución se puede observar en el Anexo N° 01.

6.3.2 EQUIPAMIENTO

Para definir la maquinaria, equipos de oficina y muebles se obtendrá de los requerimientos del sector hospedaje y sector central; la cantidad será determinada en función a la cantidad de habitaciones y suites, teniendo cada una de ellos una relación de componentes internos requeridos. Para el sector central se definirá de acuerdo a las necesidades de cada área básicamente. Se considera la reglamentación vigente respecto a los requisitos mínimos. Que se resumen en la tabla N° 25.

TABLA 25: SERVICIOS Y EQUIPAMIENTO

SERVICIOS Y EQUIPAMIENTO	
En habitaciones	
Televisor a color	Obligatorio
Teléfono con comunicación nacional e internacional en el dormitorio	Obligatorio
Agua fría y caliente las 24 horas (no se aceptan sistemas activados por el huésped)	Obligatorio
Generales	
Botiquín	Obligatorio
Custodia de valores (individual o con caja fuerte común)	Obligatorio
Facsímil	Obligatorio
Teléfono de uso público	Obligatorio

Elaboración: Propia

Fuente: Anexo 1 DS 04-2004 - MINCETUR

A. MAQUINARIAS Y EQUIPOS

En la tabla N° 26 se detalla los equipos y maquinarias necesarios para el funcionamiento del hotel, los precios obtenidos fueron cotizados en el mercado y se eligieron marcas de calidad. Se definieron la cantidad de equipos de acuerdo a la cantidad de habitaciones del hotel y se multiplicó por el precio unitario de cada uno para obtener el precio total, el cual asciende a S/.111,086.00

TABLA26: MAQUINARIAS Y EQUIPOS

MAQUINARIA Y EQUIPOS				
Cantidad	Equipo	Especificación	Precio Unitario	Precio Total
2	TV 22"	Led LG	S/. 450.00	S/. 900.00
20	TV 32"	LG LED TV 32" Modelo: 32LB530B	S/. 700.00	S/. 14,000.00
9	TV 48"	LED Smart HD READY Modelo: H4203	S/. 4,920.00	S/. 44,280.00
30	Blue Ray	Reproductor Blu-ray BP140 USB/ HDD Externo	S/. 200.00	S/. 6,000.00
9	Calefactor	Tipo Sllit Decorativo 100000-24000 btu/hr	S/. 188.00	S/. 1,692.00
2	Estufa	Estufa de hierro circular con tubo para leña	S/. 300.00	S/. 600.00
2	Tina	Resina Poliéster Isofálica NPG con protectores ultravioleta	S/. 1,500.00	S/. 3,000.00
1	Home Theater	LG DA 3530	S/. 350.00	S/. 350.00
29	Reproductor de música	Radio Reloj Modelo AJ5305D/12	S/. 150.00	S/. 4,350.00
1	Cocina	Inresa 4 hornillas a gas	S/. 450.00	S/. 450.00
1		Cocina industrial restaurante de 5 hornillas plancha y parrilla	S/. 2,150.00	S/. 2,150.00
3	Microondas	Samsung MG1045SD	S/. 499.00	S/. 1,497.00
3	Refrigerador	Modelo WRM44XR SERIE JG4041532	S/. 1,299.00	S/. 3,897.00
2	Frigo bar	RIGOBAR LG FRIGOBAR LG 5p 150	S/. 550.00	S/. 1,100.00
1	Caja Fuerte	0.5M profundidad x 0.8m de alto x 0.5m de ancho	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00
1	Congelador	Coldex CH210 280 LT.	S/. 1,450.00	S/. 1,450.00
1		Congeladora Exhibidora 1.50m de largo 1.00m de ancho 1.70M de alto Vitrina 3 pozo 5lts. Helado congeladora	S/. 1,900.00	S/. 1,900.00
1	Campana Extractora	Klimatic CK901IX	S/. 450.00	S/. 450.00
1	Tavola	4 bandejas, Fuentes 1x1 prof.. 6.5cm, 10 cm, 15 cm	S/. 1,890.00	S/. 1,890.00
1	Hornos	Tradicional de Barro y Arcilla. Fabricado a mano	S/. 250.00	S/. 250.00
1		Teka HE 615 Horno Eléctrico, Vol.: 56 litro	S/. 500.00	S/. 500.00
1	Electrodomésticos	Licuada, Waflera, Tostadora, Extractor, batidora.	S/. 500.00	S/. 500.00
2	Lavadoras	Efameinsa Modelo:HM 13	S/. 2,000.00	S/. 4,000.00
1	Termas Eléctrica	AquaTherm Modelo: DC 270 1250Lts. (20 h)	S/. 3,500.00	S/. 3,500.00
2	Cámaras de video	Segucorp con alarma incorporada	S/. 350.00	S/. 700.00
1	Monitor	14"	S/. 180.00	S/. 180.00
1	Grupo Electrónico	Motor Diésel 2 cilindros 1500/1800rpm Marca SAVOIA	S/. 10,500.00	S/. 10,500.00
Total				S/. 111,086.00

Fuente: Cotización de precios de marcas conocidas en casas comerciales

Elaboración propia

B. EQUIPOS DE OFICINA

Se hará uso de equipos de cómputo para las áreas administrativas. En la tabla N° 27 se muestran los precios, la descripción y el precio unitario de cada una de ellas. El total en equipos de oficina asciende a S/.11,870.00.

TABLA 27: EQUIPOS DE CÓMPUTO

EQUIPOS DE CÓMPUTO				
Cantidad	Equipo	Especificación	Precio Unitario	Precio Total
2	Computadoras	Monitor 15" procesador inter core i3	S/. 450.00	S/. 900.00
4		Monitor 17" procesador inter core i3	S/. 700.00	S/. 2,800.00
1	Lap tops	Laptop procesador intel corei 5 Memoria Ram 6.0 Gb	S/. 4,920.00	S/. 4,920.00
1	Impresoras	Multifuncional HP 2050	S/. 300.00	S/. 300.00
3		Multifuncional CANON	S/. 450.00	S/. 1,350.00
1	Proyector	Proyector Epson Powerlite S3	S/. 1,600.00	S/. 1,600.00
Total				S/. 11,870.00

Elaboración: Propia

Fuente: Cotización de precios de marcas conocidas en casas comerciales.

C. MUEBLES Y ENSERES

La Tabla N° 28 muestra los requerimientos de muebles en el hotel detallando las dimensiones, materiales y especificaciones de cada uno. Los precios mostrados corresponden a cotizaciones al por mayor en proveedores de la zona en base a las dimensiones consideradas, el monto total en muebles suma S/. 96,720.00.

TABLA 28: MUEBLES Y ENSERES

MUEBLES Y ENSERES				
Cantidad	Ítem	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
30	Camas de plaza y media	Tarima + Colchón	S/. 500.00	S/. 15,000.00
6	Camas Queen Size	Tarima + Colchón	S/. 900.00	S/. 5,400.00
9	Camas King Size	Tarima + Colchón	S/. 1,200.00	S/. 10,800.00
45	Cabecera	Tapizadas	S/. 180.00	S/. 8,100.00
12	Mesa Suite Pequeña	Madera	S/. 100.00	S/. 1,200.00
6	Mesa Suite Mediana	Madera	S/. 180.00	S/. 1,080.00
9	Mesa Suite Grande	Madera	S/. 350.00	S/. 3,150.00
40	Mesa noche	Madera	S/. 60.00	S/. 2,400.00
9	Mesa Centro	Madera	S/. 120.00	S/. 1,080.00
9	Juego de sala	Tapizados	S/. 1,900.00	S/. 17,100.00
2	Módulo de recepción	Madera + Vidrio	S/. 2,000.00	S/. 4,000.00
3	Escritorio	Madera	S/. 450.00	S/. 1,350.00
15	Credenza	Madera	S/. 180.00	S/. 2,700.00
54	Sillas	Madera	S/. 90.00	S/. 4,860.00
4	Estantes	Madera	S/. 100.00	S/. 400.00
7	Anaqueles	Metal	S/. 80.00	S/. 560.00
1	Mobiliario cocina	Madera	S/. 400.00	S/. 400.00
1	Mesa (8 personas)	Madera	S/. 400.00	S/. 400.00
3	Mesa (6 personas)	Madera	S/. 320.00	S/. 960.00
8	Mesa (4 personas)	Madera	S/. 250.00	S/. 2,000.00
58	Sillas	Madera	S/. 50.00	S/. 2,900.00
2	Mesas cocina	Madera	S/. 200.00	S/. 400.00
1	Mostrador-Comedor	Madera + Vidrio	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00
3	Vitrinas	Madera	S/. 320.00	S/. 960.00
2	Barra de madera	Madera	S/. 2,400.00	S/. 4,800.00
1	Sofá largo	Madera	S/. 600.00	S/. 600.00
2	Locker x 12	Madera	S/. 850.00	S/. 1,700.00
1	Atrio	Madera	S/. 420.00	S/. 420.00
Total				S/. 96,720.00

Elaboración: Propia

Fuente: Cotización de precios de marcas conocidas en casas comerciales.

6.3.3 DISTRIBUCIÓN

Se consideró la infraestructura como factor mediador de servicios para la distribución de las áreas. Es decir se dan múltiples operaciones sin ningún patrón establecido, varía de acuerdo a las preferencias particulares e itinerario de los huéspedes.

Se opta por una distribución que se enfoca en el principio de satisfacción del usuario del servicio.

Se agruparon las áreas por sectores, teniendo en cuenta que se respete un correcto dimensionamiento en los pasillos y espacios administrativos y de servicios. La distribución final puede apreciarse en los planos en el Anexo N° 4.

La tabla N° 29 resume la distribución del hotel.

TABLA 29: DISTRIBUCIÓN DEL HOTEL

DISTRIBUCIÓN DEL HOTEL		
Planta	Cantidad	Ambiente
Primera Planta	1	Recepción
	1	Dormitorio para personal
	1	Kitchenette para personal
	1	Sala - comedor para personal
	1	Lobby
	1	Resto bar
	1	Cocina de resto bar
	2	Baños de resto bar
	6	Espacios de estacionamiento
	1	Área de camping
Segunda Planta	6	Habitaciones simples
	6	Habitaciones dobles
	1	Habitación matrimonial
	2	Sala de estar
Tercera Planta	4	Habitaciones matrimoniales
	2	Habitaciones dobles
	1	Suite matrimonial
Cuarta Planta	1	Sala de estar
	4	Habitaciones matrimoniales
	1	Suite matrimonial
Quinta planta	1	Hall - Sala de lectura
	2	Habitaciones matrimoniales
	2	Habitaciones triples
	1	Sala de estar
Azotea	1	Terraza
	1	Cuarto de lavado
	1	Depósito de mantenimiento

Elaboración: Propia

Fuente: Planos del hotel

6.4 OPERACIONES

Las operaciones dentro del hotel están vinculadas a dar soporte al servicio de alojamiento y al servicio de la operadora turística, están son:

- Servicio de alojamiento - Ingreso y Registro de visitantes
- Servicio de alojamiento – Salida de visitantes
- Servicio de alimentación – Restaurant – Cocina

Se incluye un diagrama de flujo de cada uno de éstas en el Anexo N° 6 conteniendo el detalle de los documentos requeridos, sistemas utilizados y notas aclaratorias con los detalles referenciales respectivos.

Se presenta los diagramas de operaciones que resumen la dinámica principal de cada una de las operaciones mencionadas a nivel general.

6.5 REQUERIMIENTOS DEL PROCESO

6.5.1 SERVICIO

Mediante el simulador de consumo eléctrico de la empresa de servicio eléctrico del Cusco (Electro Sur Este SAA) se realizó un aproximado de costo de electricidad según el tipo de habitación y los equipos en estas, como se aprecia en las tablas N° 30 y N° 31, así también se estimó el costo en electricidad del resto del servicio como se ve en la tabla N°32.

TABLA30: COSTO DE ELECTRICIDAD 1

COSTO DE ELECTRICIDAD Habitación Simple/Doble/Triple			
Equipos	Horas	KW/h	Total KW
TV 32"	6	0.11	0.66
Blu ray	2	0.12	0.24
Radio alarma	24	0.1	2.4
4 Bombillas de 40Kw	8	0.04	0.32
Total KW x habitación al día			3.62
Total KW x habitación al mes			108.6
Total KW al mes (16 habitaciones)			1737.6

Elaboración: Propia

Fuente: Electro Sur Este SAA

TABLA31: COSTO DE ELECTRICIDAD 2

COSTO DE ELECTRICIDAD Habitación Matrimonial/Suite			
Equipos	Horas	KW/h	Total KW
TV 48"	6	0.11	0.66
Blu ray	2	0.12	0.24
Radio alarma	24	0.1	2.4
6 Bombillas 40 KW	6	0.06	0.36
Calefacción	9	0.2	1.8
Total KW x habitación al día			5.46
Total KW x habitación al mes			163.8
Total KW al mes (13 habitaciones)			2129.4

Elaboración: Propia

Fuente: Electro Sur Este SAA

TABLA32: COSTO DE ELECTRICIDAD-SERVICIOS

COSTO DE ELECTRICIDAD SERVICIOS				
	Horas	Cantidad	Consumo por Hora KW/h	Consumo Total Mensual
Microondas	1	3	0.64	S/. 57.60
Refrigerador	24	3	0.111	S/. 239.76
Frigo bar	24	2	0.111	S/. 159.84
Congelador	24	2	0.111	S/. 159.84
Campana Extractora	12	1	0.025	S/. 9.00
Hornos	6	1	1.040	S/. 187.20
Electrodomésticos	6	1	0.72	S/. 129.60
Lavadoras	6	2	0.182	S/. 65.52
Termas Eléctrica	24	1	0.23	S/. 165.60
Cámaras de video	24	2	0.05	S/. 72.00
Computadoras	12	6	0.083	S/. 179.28
Laptops	8	1	0.083	S/. 19.92
Impresoras	8	4	0.04	S/. 38.40
Proyector	2	1	0.1	S/. 6.00
Bombillas 50 w	6	134	0.1	S/. 2,412.00
Total KW al mes				S/. 3,901.56

Elaboración: Propia

Fuente: Electro Sur Este SAA

Mediante las tarifas consultadas en la empresa de servicio de agua y desagüe del Cusco (EPS SEDACUSCO SA) se logró estimar un consumo mensual aproximado que se detalla en la tabla N° 33.

TABLA33: COSTO MENSUAL DEL SERVICIO DE AGUA Y ALCANTARILLADO

COSTO MENSUAL DEL SERVICIO DE AGUA Y ALCANTARILLADO						
Servicio	Consumo m³	Agua S/. 5.257	Alcantarilla x m³ S/. 4.626	Cargo fijo S/.	Total x servicio	Total + IGV
Cocina	17	S/. 89.37	S/. 78.64	S/. 3.773	S/. 171.78	S/. 202.71
Lavandería	18	S/. 94.63	S/. 83.27	S/. 3.773	S/. 181.67	S/. 214.37
Otros	12	S/. 63.08	S/. 55.51	S/. 3.773	S/. 122.37	S/. 144.40
Costo Total Mensual						S/. 561.47

Elaboración: Propia

Fuente: EPS SEDACUSCO SA

Los servicios de telefonía, cable e internet estarán a cargo de la empresa Movistar, la cual tiene mejor cobertura en la zona, las especificaciones del servicio y el costo se observan en la tabla N° 34.

TABLA34: COSTO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

COSTO DE TRIO (TELEFONO, INTERNET Y CABLE)			
Internet	Movistar	60 Mbps Incluye Modem Wifi	S/. 630.00
Teléfono	Movistar	Tarifa plana local: llamadas ilimitadas a fijos locales las 24 h	
Cable	Movistar	TV Estelar Hd Total: Desde 119 Canales de Video + 50 canales de audio + 39 canales HD + 12 Canales HBO + 12 Canales FOX	
Total Mensual			S/. 630.00

Elaboración: Propia

Fuente: Movistar

6.5.2 INSUMOS

Los insumos están vinculados a los servicios básicos del hotel, como son: limpieza y lavandería. Los precios fueron tomados de las principales tiendas mayoristas y los productos de las marcas más competitivas del mercado. Las tablas N° 35 y N° 36 detallan los insumos necesarios según servicio.

TABLA35: SERVICIOS DE LAVANDERÍA

SERVICIO DE LAVANDERÍA				
Insumo	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total
Detergente Industrial x 15 Kg	5	Bolsas	S/. 57.00	S/. 285.00
Lejía x 4 Lt	10	Botellas	S/. 13.00	S/. 130.00
Ganchos de ropa x 12 unid	10	Paquete	S/. 12.00	S/. 120.00
Depósitos	3	Unidades	S/. 10.00	S/. 30.00
Guantes	6	Pares	S/. 7.00	S/. 42.00
Costo Total Servicios e Insumos al mes				S/. 607.00

Elaboración: Propia

Fuente: cadenas mayoristas

TABLA36: LIMPIEZA

LIMPIEZA				
Insumo	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total
Ambientadores	12	Unidades	S/. 7.00	S/. 84.00
Escobas	1	Unidad	S/. 5.00	S/. 5.00
Quita Sarro	2	Bidones de 5 Lt	S/. 10.00	S/. 20.00
Desinfectantes	2	Botella de 50 Lt	S/. 70.00	S/. 140.00
Esponjas	12	unidades	S/. 1.50	S/. 18.00
Recogedores	1	Unidad	S/. 5.00	S/. 5.00
Guantes	6	Pares	S/. 7.00	S/. 42.00
Total Limpieza al mes				S/. 314.00

Elaboración: Propia

Fuente: cadenas mayoristas

CAPITULO VII: ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

7.1 NATURALEZA Y CONSTITUCIÓN

La empresa será una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) con 2 socios y responsabilidad limitada al aporte de cada uno.

Para este tipo de sociedad se elegirá una Junta General conformada por los dos socios y adicionalmente un Gerente General el cual se encargará de la administración, representación y tendrá los poderes legales de acuerdo a la ley de sociedades mercantiles.

7.2 TRÁMITES PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA EMPRESA

Los trámites para constituir la empresa se detallan en la tabla N° 37.

TABLA37: PASOS PARA CONSTITUIR LA EMPRESA

PASOS PARA CONSTITUIR LA EMPRESA	
Trámite	Costo
1. Búsqueda en índices de Registros Públicos (SUNARP)	S/. 10.00
2. Solicitud de reserva de nombre a la SUNARP (vigencia 30 días)	
3. Elaboración de Minuta de Constitución elaborada por un abogado	S/. 350.00
4. Firma de Escritura Pública ante notario e inscripción en Registros Públicos.	
5. Tramitar el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en la SUNAT	S/. 0.00
6. Certificado de Clasificación y/o Categorización (MINCETUR)	S/. 0.00
7. Licencia de Funcionamiento otorgada por la Municipalidad de Chinchero	S/. 400.00
8. Legalizar libros contables ante notario público.	S/. 200.00
Total	S/. 960.00

Elaboración: Propia

Fuente: SUNARP, MINCETUR, Municipalidad distrital de Chinchero

7.3 TRÁMITES DE EVALUACIÓN ARQUEOLÓGICA

En caso de construcciones civiles privadas en áreas culturales el Ministerio de Cultura exige un Plan de Monitoreo Arqueológico (PMA).

El Plan de Monitoreo Arqueológico (PMA), establece las acciones para prevenir, evitar, controlar, reducir y mitigar los posibles impactos negativos, antes y durante la fase de ejecución de obras de un proyecto de desarrollo y/u obras civiles privadas, que podrían afectar los bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación.

El Director del Plan de Monitoreo Arqueológico (Arqueólogo con inscripción al COARPE, Colegio de Arqueólogos del Perú, debidamente registrado y habilitado profesionalmente), en coordinación con el Ministerio de Cultura deberá adoptar e implementar las acciones necesarias en caso de encontrarse vestigios arqueológicos o paleontológicos, bajo superficie en el área de intervención.

Estos planes son de implementación obligatoria, encontrándose el Ministerio de Cultura, habilitado para disponer la paralización de la obra, o dictar las medidas correctivas, que estime pertinentes, sin perjuicio de las acciones legales que corresponden en caso de verificarse afectaciones al Patrimonio Cultural de la Nación, amparado en la ley N° 28260 (ley general del Patrimonio Cultural de la Nación).

El Plan de Monitoreo Arqueológico (PMA) se aplica dentro de un territorio que está delimitado como área cultural, por encontrarse dentro de este vestigio de patrimonio cultural inmueble y /o mueble, amparado por la Ley General de la Nación N° 28260.

El distrito de Chinchero, de la provincia de Urubamba del departamento del Cusco, está delimitado por el Parque Arqueológico de Chinchero, pueblo típico del valle sagrado de los incas, es una ciudad netamente inca, que se ha resistido a la conquista española. Por consiguiente como evidencia de testimonio arqueológico, la Dirección Desconcentrada

de Cultura Ministerio de Cultura Cusco (DDC. MCC), exige un PMA. Cuando se realizará una construcción de obra civil.

El cuadro N° 38 muestra las etapas del PMA, las duración y costo aproximado ya que este último depende del área a construir y de la evidencia que se va descubriendo.

TABLA38: ETAPAS Y PRESUPUESTO DEL PLAN DE MONITOREO ARQUEOLÓGICO

ETAPAS Y PRESUPUESTO DEL PLAN DE MONITOREO ARQUEOLÓGICO		
ETAPAS	DESCRIPCIÓN	DURACIÓN
1	Elaboración del PMA.	30 días
2	Presentación del PMA. A la DDC.MC/CUSCO	15 días hábiles
3	Aprobación del PMA. A la DDC.MC/CUSCO	
4	Emisión de la Resolución Directoral, aprobando PMA. Por la DDC.MC/CUSCO	
5	Inicio de la obra civil, con la remoción de tierras	15 días hábiles
6	Monitoreo arqueológico durante la remoción de tierras	
7	Elaboración del informe final del PMA.	15 días
8	Entrega del informe final a la DDC.MC/CUSCO	15 días
9	Emisión de la aprobación del informe final, con una Resolución Directoral de la DDC/MC/CUSCO.	-
10	Inserción de la Resolución Directoral, al expediente Civil Final.	-
TOTAL DEL PRESUPUESTO		S/. 15 000.00

Elaboración: Propia

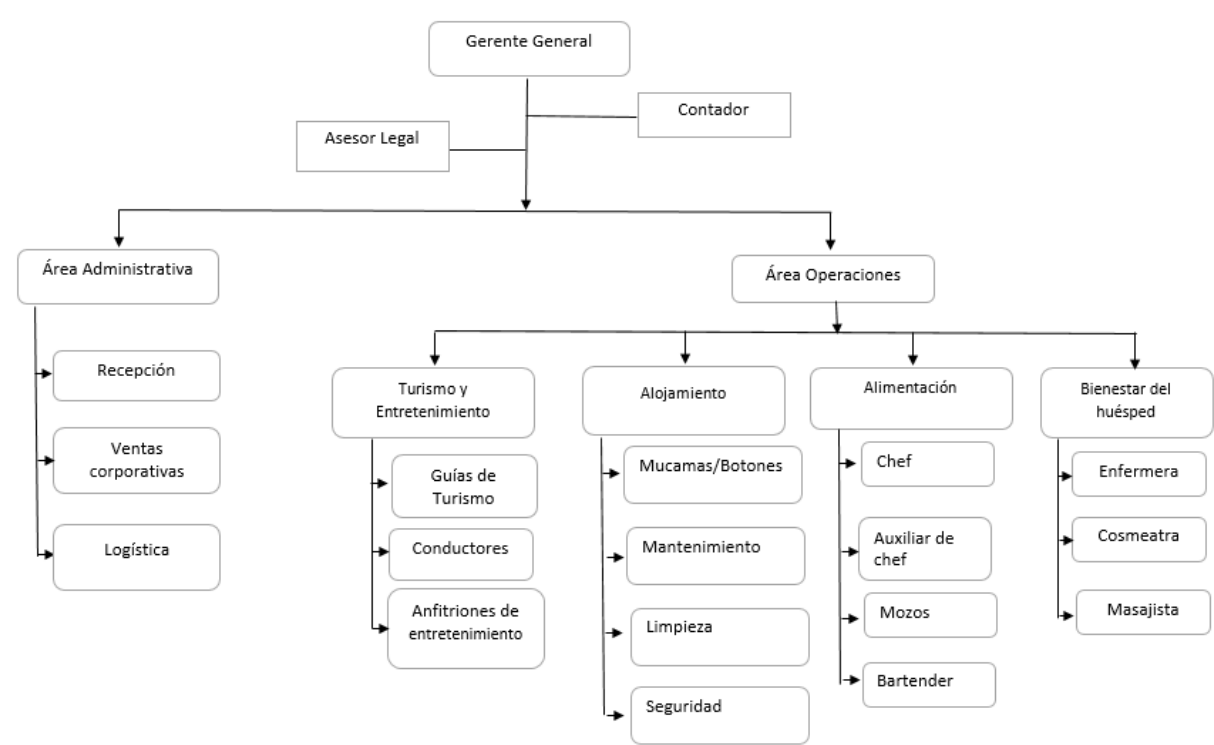
Fuente: Ministerio de Cultura

7.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Se ha formulado una estructura organizacional horizontal en un primer momento de la creación de la empresa. Se constituirán dos áreas la primera área de administración y la segunda área de servicios. Se mantendrá una estructura organizacional horizontal ya que es la más fácil instaurar en el corto plazo. Además se busca trabajar en base a equipo de

trabajo liderados por personas flexibles al cambio para poder responder de manera más rápida ante los incidentes y otros cambios en las preferencias del consumidor.

FIGURA 10: ORGANIGRAMA



7.5 FUNCIÓN Y PERFIL DEL PERSONAL

El personal necesario, el perfil y las funciones de los mismos se especifican en la tabla N° 39.

TABLA39: FUNCIONES Y PERFIL DEL PERSONAL

FUNCIONES Y PERFIL DEL PERSONAL		
PUESTO	PERFIL	FUNCIONES
Gerente General - Administrador	Experiencia mínima de 3 años en el sector en puestos similares Egresado o Bachiller de Administración / Ingeniería Industrial Conocimientos de inglés a nivel avanzado y otros idiomas a nivel básico Liderazgo	Representación Supervisión de resultados Gestión de nuevos contratos con agencias Optimización de servicios Planificación de recursos
Recepción	Experiencia mínima de 2 años en call centers o central telefónica. Conocimientos de idioma inglés y/o Francés a nivel avanzado. Disponibilidad a tiempo completo. Conocimientos sólidos de MS Office.	Registro de visitantes Registro de bienes en custodia de valor. Registro de reservaciones Atención central telefónica
Agente de ventas	Experiencia mínima de 1 año en agencia de turismo Experiencia en ventas y marketing Nivel de inglés a nivel avanzado Alta capacidad de Negociación	Contacto con las agencias de turismo Venta de Paquetes turísticos Administración de medios web Asesoría turística en recorridos
Encargado de Logística	Experiencia mínima de 1 año en puestos similares Egresado o Bachiller de Administración / Ingeniería Industrial Capacidad de negociación	Planificación de recursos Encargado de las compras y control de insumos para realizar las operaciones Cubrir requerimientos de las áreas
		Guía a habitaciones otorgadas

Mucamas /botones	Experiencia mínima de 2 años en puestos similares Conocimiento de idioma ingles a nivel básico	Cambio de toallas diario Responsables del servicio al huésped. Limpieza de habitaciones y lavandería
Seguridad	Experiencia mínima de dos años en puestos similares Conocimientos básicos de ingles Conocimientos básicos de sistemas Disponibilidad a tiempo completo	Vigilancia de caseta Registro de ingresos y salidas a las instalaciones Manejo de puerta principal y vehicular
Chef	Experiencia mínima de 3 años en posiciones similares Estudios de cocina internacional Conocimiento de la gastronomía local Nivel intermedio de ingles	Revisión de demanda de platos Registro de demanda de ingredientes Elección de menús y platillos
Mozos	Experiencia mínima de 1 año en posiciones similares Disponibilidad tiempo completo Conocimientos avanzados de inglés Conocimientos básicos de sistemas	Toma y registro de pedidos Atención a las mesas Entrega de pedidos a habitaciones
Enfermera	Conocimientos de idioma ingles a nivel intermedio Experiencia mínima de 3 años en emergencia (clínicas) Técnica en enfermería Disponibilidad a tiempo completo	Atención de emergencias Coordinación con hospitales en emergencia mayores Llevado de tratamientos a distancia
Cosmeatra	Experiencia en el sector 1 año. Vocación de servicio al huésped. Conocimientos de inglés a nivel intermedio.	Atención a los huéspedes. Mantener ordenador el área de Spa.
Masajista	Experiencia de 2 años Conocimiento de inglés a nivel básico Conocimiento en técnicas de relajación	Atención a los huéspedes en el área de Spa
Bartender	Experiencia de 2 años en el rubro	Organizar el Bar

Técnico en Bartender	Prepara y sirve los tragos
Conocimiento en bebidas hechas a base de insumos andinos	Controla el Stock del bar
Buena presencia	
Nivel intermedio de Ingles	

CAPÍTULO VIII: ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

8.1 INVERSIÓN DEL PROYECTO

La inversión estará compuesta de la suma de activos fijos tangibles, intangibles y capital de trabajo, todos los montos se encuentran en moneda nacional (Soles) y fueron tomados de cotizaciones en la zona que se especifican en el estudio técnico.

8.1.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

a) INVERSIÓN EN TERRENO

El área requerida se obtuvo en el estudio técnico donde se realizó una ponderación para elegir la mejor opción: terreno N° 3 el cual tiene un área de 320 m² y un precio de \$ 44.00 por m². La tabla N°40 muestra el precio el precio total del terreno con un tipo de cambio a noviembre del 2015.

TABLA 40: INVERSIÓN EN TERRENO

INVERSIÓN EN TERRENO				
Área Requerida m ²	Precio x m ² (Dólares Americanos)	Precio Total (Dólares Americanos)	Tipo de Cambio	Precio Total (Soles)
320	\$44.00	\$14,080.00	S/. 3.15	S/. 44,352.00

Elaboración: Propia

b) INVERSIÓN EN OBRA FISICA

Para un área de construcción de 1600 m² el monto de inversión necesario asciende a S/. 2'065,000.00 siendo su costo por metro cuadrado S/. 1,290.63 Soles. Dicho monto se obtuvo de un metrado realizado por un ingeniero civil. Se detalla en el Anexo N° 5.

c) INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPOS

En la tabla N°26 del estudio técnico se encuentra detallada la inversión en maquinaria y equipos, el total de dicha inversión es S/. 11086.00 incluido el IGV. La tabla N°41 resume la inversión en maquinaria y equipo de acuerdo al sector en que será utilizada.

TABLA 41: MAQUINARIA Y EQUIPO

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
Descripción	Costo Total	IGV	Precio Total
Área Administrativa	S/. 2,356	S/. 424	S/. 2,780
Hospedaje y Servicios	S/. 91,785	S/. 16,521	S/. 108,306
Total			S/. 111,086

Elaboración Propia

d) INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES

Comprende toda la mobiliaria y enseres necesarios para el funcionamiento del hotel, el total suma S/. 96720.00 y la tabla N°42 resume la inversión de acuerdo al sector de utilización. Así también se puede ver el detalle en la tabla N° 28 del estudio técnico.

TABLA 42: MUEBLES Y ENSERES

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Costo Total	IGV	Precio Total
Área Administrativa	S/. 5,975	S/. 1,075	S/. 7,050.00
Hospedaje y Servicios	S/. 75,992	S/. 13,678	S/. 89,670.00
Total			S/. 96,720

Elaboración: Propia

8.1.2 INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES

La inversión en activos intangibles estará distribuida entre la página web, la publicidad en medios, el diseño de la marca, constitución de la empresa, el proyecto de evaluación arqueológica y el software ERP.

A. PAGINA WEB

Como primera acción de marketing está la página web de la empresa, la cual será diseñada por un diseñador gráfico, es por ello que para el monto de inversión se consideró los honorarios del diseñador, el cual es S/. 1,300.00.

B. PUBLICIDAD EN MEDIOS

Como segunda acción de marketing el lanzamiento del hotel se publicará en anuncios de revistas y diarios reconocidos a nivel nacional, el monto para realizar dicho lanzamiento asciende a S/. 1500. Se considera este monto en inversión ya que se hará por única vez, la promoción del hotel durante el año será básicamente por internet como se explica en el Capítulo V.

C. DISEÑO DE MARCA

La cual será realizada por un diseñador gráfico, por lo tanto se considera los honorarios que serán pagados por el trabajo que suman el monto de S/.750.00.

D. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Los trámites necesarios para la constitución de la empresa ascienden al monto de S/. 960.00, la especificación se puede observar en el Capítulo VII: Estudio Legal y Organizacional, en la tabla N°37.

E. PROYECTO DE EVALUACIÓN ARQUEOLOGICA

Como se explica en el Capítulo VI: Estudio Legal y Organizacional, debido a ser ésta una construcción en un área arqueológica es necesario realizar un Plan de Monitoreo Arqueológico solicitado por el Ministerio de Cultura para no incurrir en faltas contra el patrimonio cultural, la tabla N° 38 muestra el detalle del trámite, el cual asciende a S/15,000.00.

F. SOFTWARE ERP

Se invertirá en un software para hoteles, el cual permita un desarrollo óptimo de las operaciones de la empresa, el software que se eligió es SUITECH PMS, que fue premiado por Microsoft como uno de los mejores software para el servicio hotelero, el costo de éste asciende a S/. 5,000.00

La tabla N° 43 muestra el resumen del total de la inversión en activos intangibles, el cual llega a la suma de S/. 24,510.00.

Tabla 43 : ACTIVOS INTANGIBLES

ACTIVOS INTANGIBLES	
Página Web	S/. 1,300.00
Publicidad en medios	S/. 1,500.00
Diseño de Marca	S/. 750.00
Constitución de la empresa	S/. 960.00
Proyecto Evaluación Arqueológica	S/. 15,000.00
Software ERP	S/. 5,000.00
Total	S/. 24,510.00

Elaboración propia

8.1.3 INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

Según Sapag (2011) para estimar el capital de trabajo se puede utilizar el método de déficit acumulado, mediante el cual se restan todos los egresos de los ingresos y se acumulan los resultados mes a mes y el mayor déficit debe ser utilizado como capital de trabajo, sin embargo como se observa en el Anexo N° 7 no se tiene ningún déficit por ello se usará como capital de trabajo para el año 2016 el mayor egreso del año, siendo este el del mes de agosto S/. 65,709.00.

Por teoría el capital de trabajo no debe ser únicamente en el primer año, sino también en los años siguientes y para calcular estos montos se obtuvo una proporción de los egresos del año 2017 con respecto a la sumatoria de los costos variables, gastos de ventas y gastos administrativos del mismo año y así se obtuvo que el capital de trabajo necesario es el 8.91% de costos y gastos desembolsables. Como siguiente paso se obtuvo los montos de cada año respecto al porcentaje mencionado y finalmente se realizaron diferencias marginales respecto a cada año previo, las inversiones en capital de trabajo se muestran en la tabla N°44.

TABLA 44: CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO							
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Costos Variables		S/. 413,653	S/. 468,071	S/. 526,332	S/. 588,486	S/. 654,601	S/. 724,491
Gastos de Ventas		S/. 200,782	S/. 204,798	S/. 208,894	S/. 213,071	S/. 217,333	S/. 221,679
Gastos de Administración		S/. 122,931	S/. 125,389	S/. 127,897	S/. 130,455	S/. 133,064	S/. 135,725
Total Costos y Gastos		S/. 737,365	S/. 798,258	S/. 863,122	S/. 932,012	S/. 1,004,998	S/. 1,081,896
8.91% de los Egresos	S/. 65,709	S/. 71,135	S/. 76,915	S/. 83,054	S/. 89,558	S/. 96,411	
Capital de Trabajo	S/. 65,709	S/. 5,426	S/. 5,780	S/. 6,139	S/. 6,504	S/. 6,853	

Elaboración: Propia

8.1.4 INVERSIÓN TOTAL

En la tabla N° 45 se muestra la inversión total del proyecto, la cual asciende a S/.2'419,247.00, se puede observar que la mayor inversión se realizará en activos fijos tangibles (96.27% de la inversión total).

Tabla 45: INVERSIÓN TOTAL

INVERSIÓN TOTAL		
Inversión	Total	Porcentaje
Activos Fijos Tangibles	S/. 2,329,028	96.27%
Activos Fijos Intangibles	S/. 24,510	1.01%
Capital de Trabajo	S/. 65,709	2.72%
Total	S/. 2,419,247	100.00%

Elaboración Propia

8.2 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

8.2.1 ESTRUCTURA DE CAPITAL

La tabla N° 46 muestra la repartición del capital entre aporte propio y deuda, siendo del total de la inversión un 59% aporte propio y un 41% deuda.

La inversión más grande se dará en la obra física, es por ello que se tomará un préstamo del banco por S/. 1'000,000.00 que cubrirá el 48% de dicha inversión.

TABLA 46: ESTRUCTURA DE CAPITAL

ESTRUCTURA DE CAPITAL						
		Monto de Inversión	Monto		Porcentaje	
			Aporte Propio	Deuda	Aporte Propio	Deuda
ACTIVOS FIJOS	Muebles y Enseres	S/. 96,720	S/. 96,720	S/. 0	100%	0%
	Maquinaria	S/. 111,086	S/. 111,086	S/. 0	100%	0%
	Obra Física	S/. 2,065,000	S/. 1,065,000	S/. 1,000,000	52%	48%
	Equipos de Computo	S/. 11,870	S/. 11,870	S/. 0	100%	0%
	Terrenos	S/. 44,352	S/. 44,352	S/. 0	100%	0%
ACTIVOS INTANGIBLES		S/. 24,510	S/. 24,510	S/. 0	100%	0%
CAPITAL DE TRABAJO		S/. 65,709	S/. 78,102	S/. 0	100%	0%
Total		S/. 2,419,247	S/. 1,419,247	S/. 1,000,000	59%	41%

Elaboración propia

8.2.2 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

En la tabla N°47 se compara las opciones de financiamiento entre los bancos con mejores tasas de interés y se elige la tasa más baja que es la de Banco de Crédito del Perú con 11.73%

TABLA 47: EVALUACIÓN DE TASAS DE INTERES

EVALUACION DE TASAS DE INTERES					
INSTITUCIÓN BANCARIA	BBVA	BANCO DE CREDITO	INTERBANK	COMERCIO	BANBIF
Monto	S/. 300,000	S/. 300,000	S/. 300,000	S/. 300,000	S/. 300,000
Plazo	mayores a 360 días	mayores a 360 días	mayores a 360 días	mayores a 360 días	mayores a 360 días
T.E.A (S/.)	13.46%	11.73%	19.46%	12.00%	15.13%

Elaboración: Propia

Fuente: Superintendencia de Bancas Seguros y AFP (SBS)

8.2.3 AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Para determinar el servicio de la deuda se utilizó el método de factor de recuperación de capital (FRC), el cual tiene la siguiente fórmula:

$$FRC = (Préstamo) \left[\frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right]$$

Donde:

i: tasa de interés del préstamo

n: número de periodos del préstamo

Luego de reemplazar los datos se obtiene como FRC S/. 241369.00, en la tabla N° 48 se especifica la amortización, el interés y el servicio de la deuda para cada año.

TABLA 48: AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO				
Años	Saldo de Deuda	Intereses 11.73%	Amortización Deuda	Servicio Deuda
2016	1000000			
2017	875931	-117300	-124069	-241369
2018	737309	-102747	-138622	-241369
2019	582427	-86486	-154882	-241369
2020	409377	-68319	-173050	-241369
2021	216029	-48020	-193349	-241369
2022	0	-25340	-216029	-241369

Elaboración: Propia

8.2.4 COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL

Para calcular el costo de oportunidad de capital se ha utilizado el Modelo de Valoración de Activos Financieros (CAPM), cuya fórmula es la siguiente:

$$K_e = R_f + \beta(R_m - R_f) + R_{país}$$

Donde:

K_e : Costo de oportunidad de capital

R_f : Tesoro de EUA a 10 años

R_m : Rendimiento del mercado

β : Beta (cantidad de riesgo con respecto al mercado)

$R_{país}$: Riesgo del país

Según el Banco Central de Reserva del Perú (2016) el valor del R_f para el mercado peruano se define en 2.20% a diciembre del 2015 en referencia a la tasa de los bonos de tesoro americano de 10 años, el valor rendimiento del mercado (R_m)

según el Investment Portafolio Quaterly (2015) válido para el Perú es de 9% y el riesgo país (Rpaís) se calcula a diciembre del 2015 en 2.34%

El valor del beta del sector hoteles según Damodaran (2016) es de 0.68 pero al ser apalancado se obtiene un beta de 0.99 el cual se utilizó para obtener como costo de capital 11.26%, ver la Tabla N°49.

Tabla 49: COSTO DE CAPITAL

COSTO DE CAPITAL	
Modelo CAPM	
$K_e = R_f + \beta(R_m - R_f) + R_{país}$	
Rm	9.00%
Rf	2.20%
R País	2.34%
Beta	0.99
Ke	11.26%

Elaboración: Propia

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú/ Indicadores de riesgo para países emergente de Damodaran. W.

8.2.5 COSTO PONDERADO DE CAPITAL

La inversión del proyecto será financiada en un 58.66% mediante aporte de capital y 41.34% mediante el Banco de Crédito del Perú a una tasa de 11.73% anual efectiva en 6 años; el costo de la deuda, 8.45% se obtuvo del producto de dicha tasa de interés por la diferencia de la unidad menos el escudo tributario es así que en la tabla N°50 se muestra que el costo ponderado de capital (WACC) asciende a 10.08%.

TABLA 50: COSTO PONDERADO DE CAPITAL

COSTO PONDERADO DEL CAPITAL								
Inversión Total	Préstamo			Capital				Costo Ponderado de Capital (WACC)
	Monto	%	Costo de Deuda	Monto	%	Escudo Tributario	Costo de Capital Propio (Ke)	
			(Kd)					
S/.2,431,640	S/.1,000,000	41.34%	8.45%	S/.1,419,257	58.66%	28%	11.24%	10.08%

Elaboración Propia

8.3 PRESUPUESTO

8.3.1 PRESUPUESTO DE INGRESO

Los ingresos se obtuvieron del producto de la demanda de habitaciones por los precios establecidos para cada una como se observa en la tabla N°51.

Tabla 51: INGRESOS

INGRESOS						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	S/. 1,250,730	S/. 1,415,270	S/. 1,591,410	S/. 1,779,320	S/. 1,979,280	S/. 2,190,560
-Ventas Hab. Simples	S/. 350,400	S/. 396,450	S/. 445,800	S/. 498,450	S/. 554,400	S/. 613,650
-Ventas Hab. Dobles	S/. 280,260	S/. 317,160	S/. 356,580	S/. 398,700	S/. 443,520	S/. 490,860
-Ventas Hab. Matrimoniales	S/. 471,020	S/. 533,060	S/. 599,280	S/. 670,120	S/. 745,360	S/. 825,000
-Ventas Hab. Suite Matrimonial	S/. 97,250	S/. 110,000	S/. 123,750	S/. 138,250	S/. 154,000	S/. 170,250
-Ventas Hab. Triples	S/. 51,800	S/. 58,600	S/. 66,000	S/. 73,800	S/. 82,000	S/. 90,800
Otros Ingresos (25% de otros servicios)	S/. 145,005	S/. 147,905	S/. 150,863	S/. 153,880	S/. 156,958	S/. 160,097
Total Ingresos	S/. 1,395,735	S/. 1,563,175	S/. 1,742,273	S/. 1,933,200	S/. 2,136,238	S/. 2,350,657

Elaboración: Propia

Además el hotel cuenta con otros servicios como son: el alquiler de carpas, alquiler de caballos, restaurant y bar. El consumo de estos servicios se estimaron de acuerdo al Perfil del turista extranjero (2014) donde figura como otro tipo de alojamiento los campings y de acuerdo a la investigación de mercados en la cual la cabalgata esta como una de las actividades que desean realizar; debido a que estos servicios no tendrán la misma frecuencia de uso como el alojamiento (servicio principal del negocio), para estimar el ingreso de ellos se definió como ganancia el 25% del costo. La tabla N°51 explica dichos ingreso.

8.3.2 PRESUPUESTO DE COSTOS

A. MATERIA PRIMA

Debido a que un hotel es netamente un servicio, se consideró como materia prima los insumos necesarios para el desayuno que es parte del servicio de alojamiento, para ello se cotizó en tiendas mayoristas de la zona y también se llegará a acuerdos con los pobladores del lugar para productos más frescos, se realizó un presupuesto por persona que se detalla en la tabla N°52 para que finalmente se puede obtener el costo variable por habitación.

TABLA 52: MATERIA PRIMA-DESAYUNO

DESAYUNO				
Insumo	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total
Leche fresca	0.25	Lt	S/. 0.50	S/. 0.13
Leche de tarro	0.25	tarro	S/. 0.70	S/. 0.18
Huevos	1	unidad	S/. 0.20	S/. 0.20
Panes	2	unidad	S/. 0.15	S/. 0.30
Queso	0.06	molde	S/. 0.50	S/. 0.03
Jamón	2	rodajas	S/. 0.25	S/. 0.50
Mermelada	1	sachet x 10 gr	S/. 0.15	S/. 0.15
Mantequilla	1	sachet x 10 gr	S/. 0.15	S/. 0.15
Infusiones	1	ciento	S/. 0.10	S/. 0.10
Café	1	tz	S/. 2.00	S/. 2.00
Lechón	0.1	Kg	S/. 15.00	S/. 1.50
Tamal	1	unidad	S/. 1.00	S/. 1.00
Frutas	varias			S/. 3.00
Total Desayuno x persona				S/. 9.23

Elaboración: Propia

Fuente: cotizaciones en mayoristas

B. SERVICIOS

Electricidad: para estimar el consumo de electricidad se realizó un cálculo de uso por tipo de habitación que se muestra en las tablas N°30 y N°31, así se obtiene que el costo de electricidad por todas las habitaciones simples, dobles y triples es de S/.1737.60 al mes y de todas las habitaciones matrimoniales y suites matrimoniales es de S/.2129.4; y si se divide entre 30 podemos sacar el costo variable unitario del servicio de electricidad: S/.3.62 para el primer grupo y S7.5.46 para el segundo grupo.

Agua y alcantarillado: Se realizó un cálculo de consumo de agua por persona que se muestra en la tabla N° 53 y para obtener el consumo por habitación, se multiplicó por la cantidad de personas que entra en cada tipo de habitación: simples S/.0.93; dobles, matrimoniales y suite matrimoniales S/.1.85 y triples S/.2.78

TABLA 53: COSTO MENSUAL DEL SERVICIO DE AGUA Y ALCANTARILLADO

COSTO MENSUAL DEL SERVICIO DE AGUA Y ALCANTARILLADO						
Cantidad Personas	Consumo m3	Agua S/. 5.257	Alcantarilla x m3 S/. 4.626	Cargo fijo S/.	Total x persona	Total + IGV
1	2	S/. 10.51	S/. 9.25	S/. 3.773	S/. 23.54	S/. 27.78
Costo diario x persona						S/. 0.93

Elaboración: Propia

Fuente: Fuente: EPS SEDACUSCO SA

Hospedaje: para este servicio se ha considerado toda la utilería necesaria para equipar cada habitación, el Anexo N° 8 muestra el detalle del cálculo del costo diario según cada habitación: simples S/.3.67, dobles S/.4.83, matrimoniales S/.4.33, suites matrimoniales S/.4.33 y triples S/.8.11.

Lavandería: el anexo N° 9 detalla los insumos necesarios mensuales para el servicio de lavandería, la suma es de S/. 607.00 y para cada habitación es un estimado de S/.0.70.

Limpieza: el Anexo N°10 detalla los insumos necesarios mensuales para el servicios de limpieza, siendo el costo por habitación S/.0.36 y el Anexo N° 11 detalla el costo de los implementos de limpieza por cada habitación: simple S/.3.86, doble S/.6.32, matrimonial S/.6.32, suite matrimonial S/.6.32 y triple S/.9.28.

C. MANO DE OBRA DIRECTA

Para la mano de obra directa se tomó en cuenta a los trabajadores involucrados directamente en el servicio, siendo estos: las mucamas, botones, personal de seguridad, chefs, auxiliares de chefs, mozos y bartenders. La tabla N° 54 muestra un resumen del gasto en sueldos de ello (para ver el cuadro completo y detallado ver el Anexo N° 12)

El costo variable de mano de obra es S/.29.44 el cual se obtuvo dividiendo el sueldo neto mensual total entre 30 días del mes y luego entre 29 habitaciones.

TABLA 54: MANO DE OBRA DIRECTA

MANO DE OBRA						
	Puesto	Cantidad de personas	Cantidad de Sueldos Anuales	Sueldo Bruto	Total Sueldo Bruto	Sueldo Neto Mensual
Mano de Obra Indirecta	Administrador	1	12	S/. 3,000.00	S/. 36,000.00	S/. 3,315.60
	Recepcionista	3	12	S/. 1,200.00	S/. 43,200.00	S/. 4,017.72
	Asesor Comercial	1	12	S/. 1,200.00	S/. 14,400.00	S/. 1,339.24
	Encargado de Logística	1	12	S/. 1,400.00	S/. 16,800.00	S/. 1,562.45
	Enfermera	1	12	S/. 1,200.00	S/. 14,400.00	S/. 1,339.24
	Cosmeatra	1	12	S/. 1,100.00	S/. 13,200.00	S/. 1,227.64
	Masajista	1	12	S/. 1,000.00	S/. 12,000.00	S/. 1,116.03
Mano de Obra Directa	Mucamas	6	12	S/. 950.00	S/. 68,400.00	S/. 6,361.39
	Botones	3	12	S/. 800.00	S/. 28,800.00	S/. 2,678.48
	Seguridad	3	12	S/. 750.00	S/. 27,000.00	S/. 2,511.08
	Chef	3	12	S/. 1,500.00	S/. 54,000.00	S/. 5,022.15
	Auxiliar de Chef	2	12	S/. 900.00	S/. 21,600.00	S/. 2,008.86
	Mozo	6	12	S/. 750.00	S/. 54,000.00	S/. 5,022.15
	Bartender	2	12	S/. 900.00	S/. 21,600.00	S/. 2,008.86
	Total	34		S/. 16,650.00	S/. 425,400.00	S/. 39,530.88

Elaboración Propia

Finalmente en la tabla N°55 se resumen todos los costos variables

TABLA 55: RESUMEN COSTOS VARIABLES

COSTOS VARIABLES SEGÚN TIPO DE HABITACION					
Servicio	Hab. Simple	Hab. Doble	Hab. Matrimonial	Suite Matr.	Hab. Triple
Hospedaje	S/. 3.67	S/. 4.83	S/. 4.33	S/. 4.33	S/. 8.11
Limpieza	S/. 4.22	S/. 6.68	S/. 6.68	S/. 6.68	S/. 9.64
Lavandería	S/. 0.70	S/. 0.70	S/. 0.70	S/. 0.70	S/. 0.70
Desayuno	S/. 9.23	S/. 18.46	S/. 18.46	S/. 18.46	S/. 27.69
Electricidad	S/. 3.62	S/. 3.62	S/. 5.46	S/. 5.46	S/. 3.62
Agua	S/. 0.93	S/. 1.85	S/. 1.85	S/. 1.85	S/. 2.78
MOD	S/. 29.44	S/. 29.44	S/. 29.44	S/. 29.44	S/. 29.44
Total	S/. 51.80	S/. 65.58	S/. 66.92	S/. 66.92	S/. 81.97

Elaboración: Propia

8.3.3 PRESUPUESTO DE GASTO

Se dividen en gastos de ventas y gastos administrativos, todos los gastos mencionados tendrán una tasa de crecimiento del 2% ya que según la proyección del Fondo Monetario Internacional (FMI) publicada por el diario Gestión (2016) la tasa de inflación de Perú variará entre 1% y 3% durante los siguientes años.

A. GASTO DE VENTAS

Los gastos de ventas están divididos entre servicios, mano de obra indirecta, otros servicios donde están incluidos los servicios de alquiler de carpas, alquileres de caballos, restaurante y bar y los gastos en marketing.

Servicios: los servicios de electricidad, agua, teléfono e internet se considerarán gasto de ventas ya que todos los meses tendrán que ser pagados así la demanda no sea la esperada.

Mano de Obra Indirecta: se tomó en cuenta los sueldos de la enfermera, la cosmeatra y la masajista. En el Anexo N°12 se puede ver un con mayor detalle.

Otros servicios: la empresa además de brindar el servicio de alojamiento, a la par ofrecerá otros servicios los cuales están fundamentados en el Perfil del turista extranjero (2014) y en el estudio de mercado previo los cuales son alquiler de carpas, alquiler de caballos, restaurante y bar, como para estos no se ha determinado una demanda exacta, se están considerando en gastos de ventas, el cual se especifica en el Anexo N°13.

Gastos de marketing: para llegar al público objetivo son necesarias acciones de marketing, por ello se ha considerado realizar: brochures, pago de un hosting para una página web, realizar anuncios pagados online en Facebook y Google Adwords y realizar merchandising con diseños típicos de la zona que también le servirán al huésped como un souvenir, la especificación de los montos se puede observar en el Anexo N° 14.

En la tabla N° 56 se puede observar el resumen de todos los gastos de ventas anuales.

TABLA 56: GASTO DE VENTA

GASTOS DE VENTAS						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Servicios	S/. 12,023	S/. 12,263	S/. 12,509	S/. 12,759	S/. 13,014	S/. 13,274
Agua	S/. 561	S/. 573	S/. 584	S/. 596	S/. 608	S/. 620
Luz	S/. 3,902	S/. 3,980	S/. 4,059	S/. 4,140	S/. 4,223	S/. 4,308
Trio (cable, teléfono e internet)	S/. 7,560	S/. 7,711	S/. 7,865	S/. 8,023	S/. 8,183	S/. 8,347
Otras Remuneraciones	S/. 44,195	S/. 45,079	S/. 45,980	S/. 46,900	S/. 47,838	S/. 48,795
Otros Servicios	S/. 116,004	S/. 118,324	S/. 120,691	S/. 123,104	S/. 125,566	S/. 128,078
Alquiler de carpas	S/. 22,800	S/. 23,256	S/. 23,721	S/. 24,196	S/. 24,679	S/. 25,173
Alquiler de caballos	S/. 10,800	S/. 11,016	S/. 11,236	S/. 11,461	S/. 11,690	S/. 11,924
Restaurant	S/. 69,864	S/. 71,261	S/. 72,687	S/. 74,140	S/. 75,623	S/. 77,136
Bar	S/. 12,540	S/. 12,791	S/. 13,047	S/. 13,308	S/. 13,574	S/. 13,845
Gastos de Marketing	S/. 28,560	S/. 29,131	S/. 29,714	S/. 30,308	S/. 30,914	S/. 31,533
Brochure	S/. 6,000	S/. 6,120	S/. 6,242	S/. 6,367	S/. 6,495	S/. 6,624
Página Web	S/. 3,960	S/. 4,039	S/. 4,120	S/. 4,202	S/. 4,286	S/. 4,372
Anuncios Online	S/. 6,600	S/. 6,732	S/. 6,867	S/. 7,004	S/. 7,144	S/. 7,287
Merchandising	S/. 12,000	S/. 12,240	S/. 12,485	S/. 12,734	S/. 12,989	S/. 13,249
Total de Gastos de Ventas	S/. 200,782	S/. 204,798	S/. 208,894	S/. 213,071	S/. 217,333	S/. 221,679

Elaboración: Propia

B. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos de administración están conformados por las remuneraciones de administrativos y por útiles de escritorio.

Las remuneraciones de personal de administración son: las del administrador, la recepcionista, el asesor comercial y el encargado de logística, las cuales el primer año suman S/.122,930.58 para ver el detalle ir al Anexo N° 15.

Los útiles de escritorio se detallan en la tabla N° 57

TABLA 57: UTILES DE ESCRITORIO

UTILES DE ESCRITORIOS				
Útiles	Cantidad Mensual	Unidad	Costo Mensual	Costo Anual
Lapiceros	12	Unidades	S/. 6.00	S/. 72.00
Hojas Bond	2	Millares	S/. 10.00	S/. 20.00
Resaltadores	3	Unidades	S/. 1.50	S/. 4.50
Post-it	2	Paquetes	S/. 7.00	S/. 14.00
Total			S/. 24.50	S/. 110.50

Elaboración: Propia

En la tabla N° 58 se muestra el total de cada año de gastos administrativos.

TABLA 58: GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS DE ADMINISTRACION						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Remuneraciones	S/.122,820.08	S/.125,276.48	S/.127,782.01	S/.130,337.65	S/.132,944.40	S/.135,603.29
Útiles de Escritorio	S/. 110.50	S/. 112.71	S/. 114.96	S/. 117.26	S/. 119.61	S/. 122.00
Total	S/.122,930.58	S/.125,389.19	S/.127,896.98	S/.130,454.91	S/.133,064.01	S/.135,725.29

Elaboración: Propia

8.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es la cantidad de habitaciones arrendadas cuyo ingreso es la suma de costos fijos y variables, es decir no se gana ni se pierde, la tabla N° 59 especifica el punto de equilibrio para cada año con respecto a las habitaciones y la tabla N° 60 muestra el punto de equilibrio en Soles.

TABLA 59: PUNTO DE EQUILIBRIO SEGÚN HABITACION

Años	P:E Total	P.E. Según Tipo de Habitación				
		Simple	Doble	Matrimonial	Suite Matrimonial	Triple
2017	165	47	31	43	8	5
2018	168	48	32	44	8	5
2019	171	49	32	45	8	5
2020	175	50	33	45	8	6
2021	178	51	34	46	8	6
2022	182	52	34	47	9	6

TABLA 60: PUNTO DE EQUILIBRIO EN SOLES

PUNTO DE EQUILIBRIO POR HABITACIONES							
Años	P:E Total	P.E. Según Tipo de Habitación					Total al año
		Simple	Doble	Matrimonial	Suite Matrimonial	Triple	S/.
2017	134	7,004	5,602	9,415	1,944	1,035	25,000
2018	136	7,143	5,715	9,605	1,982	1,056	25,500
2019	139	7,286	5,828	9,795	2,023	1,079	26,010
2020	142	7,432	5,945	9,992	2,061	1,100	26,531
2021	145	7,580	6,064	10,191	2,105	1,121	27,061
2022	147	7,732	6,185	10,395	2,145	1,144	27,602

Elaboración propia

8.5 DEPRECIACIÓN

La tabla N° 61 muestra los montos de depreciación para cada año de acuerdo a los porcentajes establecidos en la norma tributaria según el Tratamiento de la depreciación para efectos tributarios (2013) y los valores libro de cada activo.

TABLA 61: DEPRECIACIÓN

DEPRECIACIÓN										
Activo Fijo	Valor	%	Depreciación						Total	Valor Libro
	Inversión	Depreciación	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Depreciación Acumulada	
Muebles y Enseres	S/. 96,720.00	10%	S/. 9,672	S/. 9,672	S/. 9,672	S/. 9,672	S/. 9,672	S/. 9,672	S/. 58,032	S/. 38,688.00
Maquinaria	S/. 111,086.00	10%	S/. 11,109	S/. 11,109	S/. 11,109	S/. 11,109	S/. 11,109	S/. 11,109	S/. 66,652	S/. 44,434
Obra Física	S/. 2,065,000.00	3%	S/. 61,950	S/. 61,950	S/. 61,950	S/. 61,950	S/. 61,950	S/. 61,950	S/. 371,700	S/. 1,693,300
Equipos de Computo	S/. 11,870.00	25%	S/. 2,968	S/. 2,968	S/. 2,968	S/. 2,968			S/. 11,870	S/. 0
Terrenos	S/. 44,352.00	0%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 44,352
Valor Residual A. Fijo										S/. 1,820,774
Intangibles	S/. 24,510	10%	S/. 2,451	S/. 2,451	S/. 2,451	S/. 2,451	S/. 2,451	S/. 2,451	14706	S/. 9,804
Valor Residual Intangibles										S/. 9,804

Elaboración propia

8.6 VALOR RESIDUAL

Según Sapag (2011) existen tres métodos para calcular el valor residual: contable, comercial y económico; se utilizó el método comercial el cual toma como valor residual la diferencia de los valores comerciales de los activos menos los valores libros de los mismo (diferencia entre inversión del activo y el monto depreciado hasta el momento), es sujeto al efecto tributario. Por lo tanto en la tabla N°62 se detalla lo explicado y se obtiene un valor residual de S/1'604,674.34. Los valores comerciales fueron estimados de acuerdo a Criterios para tasaciones de bienes muebles (2015).

TABLA 62: VALOR RESIDUAL

VALOR RESIDUAL COMERCIAL	
Valor Comercial Muebles y enseres	S/. 58,032.00
Valor Comercial Maquinarias	S/. 33,325.80
Valor Comercial Edificios	S/. 1,239,000.00
Valor Comercial Terreno	S/. 49,000.00
Valor Comercial Equipos de Computo	S/. 3,561.00
(Valor Libro Muebles y Enseres)	-S/. 38,688.00
(Valor Libro Maquinarias)	-S/. 44,434.40
(Valor Libro Obra Física)	-S/. 1,693,300.00
(Valor Libro Terreno)	-S/. 44,352.00
(Valor Equipos de Cómputo)	S/. 0.00
(Valor Libro Intangibles)	-S/. 9,804.00
Utilidad (Pérdida)	-S/. 447,659.60
Impuesto Renta (28%)	S/. 125,344.69
Utilidad después de impuestos	-S/. 322,314.91
más Valor libro Activo Fijo	S/. 1,820,774.40
más Valor libro Activo Intangible	S/. 9,804.00
Valor Residual Comercial A Fijo	S/. 1,508,263.49
más Valor Residual Capital Trabajo	S/. 96,410.85
V Residual Total Comercial	S/. 1,604,674.34

Elaboración: Propia

8.6 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

8.6.1 ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

TABLA 63: ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas Netas	S/. 1,250,730	S/. 1,415,270	S/. 1,591,410	S/. 1,779,320	S/. 1,979,280	S/. 2,190,560
-Ventas Hab. Simples	S/. 350,400	S/. 396,450	S/. 445,800	S/. 498,450	S/. 554,400	S/. 613,650
-Ventas Hab. Dobles	S/. 280,260	S/. 317,160	S/. 356,580	S/. 398,700	S/. 443,520	S/. 490,860
-Ventas Hab. Matrimoniales	S/. 471,020	S/. 533,060	S/. 599,280	S/. 670,120	S/. 745,360	S/. 825,000
-Ventas Hab. Suite Matrimonial	S/. 97,250	S/. 110,000	S/. 123,750	S/. 138,250	S/. 154,000	S/. 170,250
-Ventas Hab. Triples	S/. 51,800	S/. 58,600	S/. 66,000	S/. 73,800	S/. 82,000	S/. 90,800
Otros Ingresos	S/. 145,005	S/. 147,905	S/. 150,863	S/. 153,880	S/. 156,958	S/. 160,097
Costo de Ventas	-S/. 413,653	-S/. 468,071	-S/. 526,332	-S/. 588,486	-S/. 654,601	-S/. 724,491
-C.V Hab. Simples	-S/. 121,004	-S/. 136,907	-S/. 153,949	-S/. 172,130	-S/. 191,452	-S/. 211,912
-C.V Hab. Dobles	-S/. 102,109	-S/. 115,553	-S/. 129,915	-S/. 145,261	-S/. 161,590	-S/. 178,838
-C.V Hab. Matrimoniales	-S/. 143,277	-S/. 162,148	-S/. 182,292	-S/. 203,840	-S/. 226,727	-S/. 250,952
-C.V Hab. Suite Matrimonial	-S/. 26,032	-S/. 29,445	-S/. 33,126	-S/. 37,007	-S/. 41,223	-S/. 45,573
-C.V Hab. Triples	-S/. 21,231	-S/. 24,018	-S/. 27,051	-S/. 30,248	-S/. 33,609	-S/. 37,216
Utilidad Bruta	S/. 982,082	S/. 1,095,104	S/. 1,215,941	S/. 1,344,714	S/. 1,481,637	S/. 1,626,166
Gasto de Ventas	-S/. 200,782	-S/. 204,798	-S/. 208,894	-S/. 213,071	-S/. 217,333	-S/. 221,679
-Servicios	-S/. 12,023	-S/. 12,263	-S/. 12,509	-S/. 12,759	-S/. 13,014	-S/. 13,274

-Otras Remuneraciones	-S/. 44,195	-S/. 45,079	-S/. 45,980	-S/. 46,900	-S/. 47,838	-S/. 48,795
-Otros Servicios	-S/. 116,004	-S/. 118,324	-S/. 120,691	-S/. 123,104	-S/. 125,566	-S/. 128,078
-Gastos de Marketing	-S/. 28,560	-S/. 29,131	-S/. 29,714	-S/. 30,308	-S/. 30,914	-S/. 31,533
Gastos Administrativos	-S/. 122,931	-S/. 125,389	-S/. 127,897	-S/. 130,455	-S/. 133,064	-S/. 135,725
Utilidad Operativa	S/. 658,370	S/. 764,917	S/. 879,151	S/. 1,001,188	S/. 1,131,241	S/. 1,268,761
Impuesto a la Renta	-S/. 184,344	-S/. 214,177	-S/. 246,162	-S/. 280,333	-S/. 316,747	-S/. 355,253
Utilidad Neta	S/. 474,026	S/. 550,741	S/. 632,989	S/. 720,855	S/. 814,493	S/. 913,508

8.6.2 FLUJO DE CADA ECONÓMICO Y FINANCIERO

TABLA 64: FLUJO DE CADA ECONÓMICO Y FINANCIERO

	FLUJO DE CAJA						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas		S/. 1,250,730	S/. 1,415,270	S/. 1,591,410	S/. 1,779,320	S/. 1,979,280	S/. 2,190,560
-Ventas Hab. Simples		S/. 350,400	S/. 396,450	S/. 445,800	S/. 498,450	S/. 554,400	S/. 613,650
-Ventas Hab. Dobles		S/. 280,260	S/. 317,160	S/. 356,580	S/. 398,700	S/. 443,520	S/. 490,860
-Ventas Hab. Matrimoniales		S/. 471,020	S/. 533,060	S/. 599,280	S/. 670,120	S/. 745,360	S/. 825,000
-Ventas Hab. Suit Matrimonial		S/. 97,250	S/. 110,000	S/. 123,750	S/. 138,250	S/. 154,000	S/. 170,250
-Ventas Hab. Triples		S/. 51,800	S/. 58,600	S/. 66,000	S/. 73,800	S/. 82,000	S/. 90,800
Otros Ingresos (25% de otros servicios)		S/. 145,005	S/. 147,905	S/. 150,863	S/. 153,880	S/. 156,958	S/. 160,097
Costo Variable Total		-S/. 413,653	-S/. 468,071	-S/. 526,332	-S/. 588,486	-S/. 654,601	-S/. 724,491
-C.V Hab. Simples		-S/. 121,004	-S/. 136,907	-S/. 153,949	-S/. 172,130	-S/. 191,452	-S/. 211,912
-C.V Hab. Dobles		-S/. 102,109	-S/. 115,553	-S/. 129,915	-S/. 145,261	-S/. 161,590	-S/. 178,838
-C.V Hab. Matrimoniales		-S/. 143,277	-S/. 162,148	-S/. 182,292	-S/. 203,840	-S/. 226,727	-S/. 250,952
-C.V Hab. Suit Matrimonial		-S/. 26,032	-S/. 29,445	-S/. 33,126	-S/. 37,007	-S/. 41,223	-S/. 45,573
-C.V Hab. Triples		-S/. 21,231	-S/. 24,018	-S/. 27,051	-S/. 30,248	-S/. 33,609	-S/. 37,216
Gastos de Venta		-S/. 200,782	-S/. 204,798	-S/. 208,894	-S/. 213,071	-S/. 217,333	-S/. 221,679
-Servicios		-S/. 12,023	-S/. 12,263	-S/. 12,509	-S/. 12,759	-S/. 13,014	-S/. 13,274
-Otras Remuneraciones		-S/. 44,195	-S/. 45,079	-S/. 45,980	-S/. 46,900	-S/. 47,838	-S/. 48,795
-Otros Servicios		-S/. 116,004	-S/. 118,324	-S/. 120,691	-S/. 123,104	-S/. 125,566	-S/. 128,078
-Gastos de Marketing		-S/. 28,560	-S/. 29,131	-S/. 29,714	-S/. 30,308	-S/. 30,914	-S/. 31,533
Gastos Administración		-S/. 122,931	-S/. 125,389	-S/. 127,897	-S/. 130,455	-S/. 133,064	-S/. 135,725
Depreciación O. Física		-S/. 61,950	-S/. 61,950	-S/. 61,950	-S/. 61,950	-S/. 61,950	-S/. 61,950
Depreciación Maquinarias		-S/. 11,109	-S/. 11,109	-S/. 11,109	-S/. 11,109	-S/. 11,109	-S/. 11,109
Depreciación Muebles y Enseres		-S/. 9,672	-S/. 9,672	-S/. 9,672	-S/. 9,672	-S/. 9,672	-S/. 9,672
Depreciación Equipo de Cómputo		-S/. 2,968	-S/. 2,968	-S/. 2,968	-S/. 2,968	S/. 0	S/. 0
Amortización de Intangibles		-S/. 2,451	-S/. 2,451	-S/. 2,451	-S/. 2,451	-S/. 2,451	-S/. 2,451
Utilidad antes Impuestos		S/. 570,221	S/. 676,768	S/. 791,002	S/. 913,039	S/. 1,046,059	S/. 1,183,580
Impuesto a Renta (28%)		-S/. 159,662	-S/. 189,495	-S/. 221,480	-S/. 255,651	-S/. 292,897	-S/. 331,402
Utilidad desp. Impuestos		S/. 410,559	S/. 487,273	S/. 569,521	S/. 657,388	S/. 753,162	S/. 852,177
Depreciación O. Física		S/. 61,950	S/. 61,950	S/. 61,950	S/. 61,950	S/. 61,950	S/. 61,950
Depreciación Maquinarias		S/. 11,109	S/. 11,109	S/. 11,109	S/. 11,109	S/. 11,109	S/. 11,109
Depreciación Muebles y Enseres		S/. 9,672	S/. 9,672	S/. 9,672	S/. 9,672	S/. 9,672	S/. 9,672
Depreciación Equipo de Cómputo		S/. 2,968	S/. 2,968	S/. 2,968	S/. 2,968	S/. 0	S/. 0
Amortización de Intangibles		S/. 2,451	S/. 2,451	S/. 2,451	S/. 2,451	S/. 2,451	S/. 2,451
Inversión Terreno	-S/. 44,352						
Inversión Obra Física	-S/. 2,065,000						
Inversión Maquinarias	-S/. 111,086						
Inversión Muebles y Enseres	-S/. 96,720						
Inversión Equipos de Cómputo	-S/. 11,870						
Inversión Intangibles	-S/. 24,510						
Inversión Capital trabajo	-S/. 65,709	-S/. 5,426	-S/. 5,780	-S/. 6,139	-S/. 6,504	-S/. 6,853	
Recuperación Valor Residual							S/. 1,604,674
Flujo Caja Económico	-S/. 2,419,247	S/. 493,282	S/. 569,642	S/. 651,531	S/. 739,033	S/. 831,491	S/. 2,542,033
Préstamo	S/. 1,000,000						
Amortización del Préstamo		-S/. 124,069	-S/. 138,622	-S/. 154,882	-S/. 173,050	-S/. 193,349	-S/. 216,029
Intereses		-S/. 117,300	-S/. 102,747	-S/. 86,486	-S/. 68,319	-S/. 48,020	-S/. 25,340
Ahorro Fiscal Intereses		S/. 32,844	S/. 28,769	S/. 24,216	S/. 19,129	S/. 13,446	S/. 7,095
Flujo de Caja Financiero	-S/. 1,419,247	S/. 284,757	S/. 357,042	S/. 434,379	S/. 516,794	S/. 603,568	S/. 2,307,760

8.7 EVALUACIÓN FINANCIERA

8.7.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

En la tabla N° 65 se puede apreciar el Valor Actual Neto Económico (VANE) bajo el capital ponderado (WACC) de 10.10% y el Valor Actual Neto Financiero (VANF) bajo el costo de capital propio (Ke) de 11.26%, ambos valores son mayores a cero por lo tanto el proyecto se acepta.

TABLA 65: VAN

Valor Actual Neto	
VANE	S/. 1'433,330
VANF	S/. 1'350,948

Elaboración: Propia

8.7.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

En la tabla N° 66 se muestra la Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE) y la Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF) del proyecto. La teoría dice que estas deben ser mayores al costo de capital, por lo tanto el proyecto se acepta ya que ambas tasas son mayores a 11.26% de Costo de Capital.

TABLA 66: TIR

Tasa Interna de Retorno	
TIRE	23.81%
TIRF	30.71%

Elaboración: Propia

8.7.3 RATIO DE BENEFICIO COSTO (B/C)

En la tabla N°67 se observa la relación beneficio - costo (B/C) económica y financiera, ya que en ambos casos el ratio es mayor a uno, es decir que los beneficios superan a los costos, el proyecto se aprueba.

TABLA 67: B/C

Beneficio/ Costo	
B/C Económico	1.39
B/C Financiero	1.31

Elaboración: Propia

8.7.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Para obtener el PRI se actualiza los flujos económicos y luego se acumulan hasta cubrir el monto de la inversión, como se aprecia en la tabla N°68 el periodo en el que se empieza a recuperar la inversión es del 2020 al 2021, es decir en el quinto año.

TABLA 68: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL			
Años	Flujo de Caja Económico	Beneficio Acumulado Actualizados	Periodo de Recuperación
2016	-2,419,247	-2,419,247	
2017	493,282	448,099	-1,971,148
2018	569,642	470,068	-1,501,080
2019	651,531	488,397	-1,012,683
2020	739,033	503,247	-509,436
2021	831,491	514,344	4,908
2022	2,542,033	1,428,422	1,433,330

Elaboración: Propia

8.7.5 ÍNDICE DE RENTABILIDAD

La tabla N° 69 muestra los índices de rentabilidad económicos y financieros, ambos son buenos ratios ya que sin contar los gastos de financiamiento, por cada S/.1.00 invertido se recupera S/.0.59 y si se toma en cuenta la deuda la ganancia por cada S/.1.00 invertido es de S/.0.95.

TABLA 69: INDICE DE RENTABILIDAD

Índice de Rentabilidad	
IR Económico	1.59
IR Financiero	1.95

Elaboración: Propia

8.8 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Evaluaremos la sensibilidad del proyecto frente a variaciones o uno o más parámetros críticos. Las dos principales variables a analizar corresponden a los ingresos y egresos, y su exposición a aspectos tales como la recesión, reacción posible ante la competencia y otros que afectan de manera significativa los valores del Estado de ganancias y pérdidas y el Flujo de Caja.

Se simularán tres escenarios (actual, optimista y pesimista) para cada variable tres diferentes costos de oportunidad.

8.8.1 INGRESOS

A. PRECIOS

Se evaluarán los escenarios planteados en la tabla N° 70 y como se puede observar en la tabla N°71 los resultados son óptimos en todos los escenarios propuestos ya que el VAN sigue siendo positivo a pesar de la

disminución de precios o el aumento del WACC, así también las TIR siguen siendo mayores al costo de capital ponderado.

TABLA 70: ESCENARIOS-PRECIOS

Escenarios - Precios	
Escenario Optimista	Incremento de los precios en 15% debido a la alta aceptación obtenida. Buscando mayores ingresos.
Escenario Probable	Manteniendo los niveles de precios actuales.
Escenario Pesimista	Disminución de los precios en 20% debido a la alta competencia.

Elaboración: Propia

TABLA 71: ANÁLISIS BIDIMENSIONAL-PRECIOS

ANÁLISIS BIDIMENSIONAL: PRECIOS - WACC				
Costo de capital ponderado WACC 8.00%				
	VAN Económico	TIR Económico	VAN Financiero	TIR Financiero
Sube 15%	S/. 2,582,472.28	30.76%	S/. 2,096,680.71	41.03%
Igual	S/. 1,754,101.03	23.81%	S/. 1,350,948.42	30.71%
Baja 20%	S/. 649,606.02	14.07%	S/. 356,638.70	16.50%
Costo de capital ponderado WACC 10.08%				
	VAN Económico	TIR Económico	VAN Financiero	TIR Financiero
Sube 15%	S/. 2,207,029.74	30.76%	S/. 2,096,680.71	41.03%
Igual	S/. 1,433,329.82	23.81%	S/. 1,350,948.42	30.71%
Baja 20%	S/. 401,729.93	14.07%	S/. 356,638.70	16.50%
Costo de capital ponderado WACC 12%				
	VAN Económico	TIR Económico	VAN Financiero	TIR Financiero
Sube 15%	S/. 1,896,468.85	30.76%	S/. 2,096,680.71	41.03%
Igual	S/. 1,168,398.24	23.81%	S/. 1,350,948.42	30.71%
Baja 20%	S/. 197,637.43	14.07%	S/. 356,638.70	16.50%

Elaboración: Propia

B. DEMANDA

Se evaluarán los escenarios planteados en la tabla N°72 y como muestra la tabla N° 73 los resultados son favorables a pesar de la disminución de la demanda, tanto a nivel de VAN como de TIR.

TABLA 72: ESCENARIOS-DEMANDA

Escenarios - Demanda	
Escenario Optimista	Crecimiento del 15% sobre el nivel de la demanda debido a la promoción como destino turístico.
Escenario Probable	Manteniendo los niveles de demanda pronosticada
Escenario Pesimista	Disminución de 20% sobre la demanda proyectada por temporadas bajas.

Elaboración: Propia

TABLA 73: ANÁLISIS BIDIMENSIONAL-DEMANDA

ANÁLISIS BIDIMENSIONAL: DEMANDA - WACC				
Costo de capital ponderado WACC 8.00%				
	VAN Económico	TIR Económico	VAN Financiero	TIR Financiero
Sube 15%	S/. 2,308,503.95	28.49%	S/. 1,850,043.70	37.64%
Igual	S/. 1,754,101.03	23.81%	S/. 1,350,948.42	30.71%
Baja 20%	S/. 1,014,897.13	17.36%	S/. 685,488.04	21.27%
Costo de capital ponderado WACC 10.08%				
	VAN Económico	TIR Económico	VAN Financiero	TIR Financiero
Sube 15%	S/. 1,951,142.95	28.49%	S/. 1,850,043.70	37.64%
Igual	S/. 1,433,329.82	23.81%	S/. 1,350,948.42	30.71%
Baja 20%	S/. 742,912.32	17.36%	S/. 685,488.04	21.27%
Costo de capital ponderado WACC 12%				
	VAN Económico	TIR Económico	VAN Financiero	TIR Financiero
Sube 20%	S/. 1,655,673.12	28.49%	S/. 1,850,043.70	37.64%
Igual	S/. 1,168,398.24	23.81%	S/. 1,350,948.42	30.71%
Baja 20%	S/. 518,698.41	17.36%	S/. 685,488.04	21.27%

Elaboración: Propia

8.8.2 EGRESOS

A. COSTO VARIABLE

En la tabla N°74 se plantean escenarios evaluando diferentes niveles de variación en el costo variable, dada su importancia en el presupuesto de egresos. Los resultados se resumen en la Tabla N° 75 y son favorables a nivel de VAN y TIR a pesar de los incrementos en los costos variables.

TABLA 74: ESCENARIOS- COSTO VARIABLE

Escenarios - Costos Variables	
Escenario Optimista	Los costos de materias primas disminuyen en 5% por exceso de oferta.
Escenario Probable	Manteniendo los niveles de costos actuales.
Escenario Pesimista	Incremento del 20% debido a cambios climáticos.

Elaboración: Propia

TABLA 75: ANÁLISIS BIDIMENSIONAL- COSTOS VARIABLES

ANÁLISIS BIDIMENSIONAL: COSTOS VARIABLES - WACC				
Costo de capital ponderado WACC 8.00%				
	VAN Económico	TIR Económico	VAN Financiero	TIR Financiero
Sube 20%	S/. 1,388,809.92	20.66%	S/. 1,022,099.07	26.08%
Igual	S/. 1,754,101.03	23.81%	S/. 1,350,948.42	30.71%
Baja 5%	S/. 1,845,423.81	24.59%	S/. 1,433,160.75	31.86%
Costo de capital ponderado WACC 10.10%				
	VAN Económico	TIR Económico	VAN Financiero	TIR Financiero
Sube 20%	S/. 1,092,147.43	20.66%	S/. 1,022,099.07	26.08%
Igual	S/. 1,433,329.82	23.81%	S/. 1,350,948.42	30.71%
Baja 5%	S/. 1,518,625.42	24.59%	S/. 1,433,160.75	31.86%
Costo de capital ponderado WACC 12%				
	VAN Económico	TIR Económico	VAN Financiero	TIR Financiero
Sube 20%	S/. 847,337.27	20.66%	S/. 1,022,099.07	26.08%
Igual	S/. 1,168,398.24	23.81%	S/. 1,350,948.42	30.71%
Baja 5%	S/. 1,248,663.49	24.59%	S/. 1,433,160.75	31.86%

Elaboración: Propia

8.9 ANÁLISIS DE RIESGO

Para determinar la probabilidad de quiebra del proyecto según Sapag (2011) se utiliza el método para los casos de dependencia e independencia de flujo de caja respecto del tiempo, según el cual a partir de los flujos de caja proyectados se estimaron probabilidades de distintos flujos para cada año, es así que se obtuvieron nuevos flujos de caja probables, de los cuales se halló la desviación estándar de la distribución de probabilidades con las siguientes formulas:

$$\sigma_{flujo\ de\ caja}^2 = \left[\sum_{x=1}^n (A_x - A)^2 P_x \right]$$

$$\sigma = \sqrt{\sum_{x=1}^n \frac{\sigma_t^2}{(1+i)^{2t}}}$$

A partir de las formulas anteriores se puede hallar el valor z:

$$z = \frac{x - VE(VAN)}{\sigma}$$

$$Z = -3.4282$$

Finalmente para determinar el riesgo del proyecto se acude a una tabla de distribución normal la cual nos demuestra que la dicha probabilidad es de 3.04%.

CONCLUSIONES

Las principales conclusiones a las que se llega con el estudio son las siguientes:

1. Se evidenció en el primer capítulo la existencia de una oportunidad de negocio favorable, por la construcción del Aeropuerto Internacional de Chinchero- Cusco, obra que permitirá conectar a Cusco directamente con las principales ciudades de América.

El estudio de mercado arroja un bajo nivel de competencia en el mercado del hospedaje en la zona, y en la encuesta realizada se ve una clara preferencia de los turistas por establecimientos de mayor nivel, es por eso que se da un escenario óptimo para el proyecto.

2. La segmentación del mercado de turistas en la ciudad del Cusco evidencio la existencia de segmentos de interés, compatible con el estilo y la propuesta del hotel de tres estrellas en distrito de Chinchero.

Los turistas que visitan Cusco son provenientes de América del Sur en su mayoría, seguido de los turistas europeos, predominan los turistas de sexo masculino, de edades de entre 20 y 34 años, el motivo principal del 88% de turistas es por vacaciones, y las preferencias en las actividades son la observación de fauna, flora y turismo vivencial.

El número de pernoctaciones en toda la visita es de aproximadamente 6 días y la preferencia en alojamiento es de hoteles de tres estrellas a más.

3. El estudio técnico del proyecto permitió estimar la inversión necesaria en muebles y enseres, maquinaria, obra física, equipos de cómputo, terreno, activos intangibles y capital de trabajo, la cual ascendió a S/. 2'419,247.

4. Se determinó que la mejor estructura organizacional para que el proceso de las operaciones sea óptimo y cumpla con los estándares de calidad sea una estructura funcional.
5. Debido a que el hotel estará ubicado en la localidad de Chinchero, la cual tiene valor arqueológico, cultura viva y es un valle con una belleza natural, es necesario que se realice un plan de monitoreo arqueológico (PMA) para no incurrir en faltas contra el patrimonio. A través de la evaluación de impacto ambiental se prevendrá los daños que podría causar una construcción moderna dentro del valle.
6. El costo de capital propio para el proyecto (K_e) 11.24 % empleando la metodología del CAPM, bajo una tasa de interés efectiva anual de 11.73% en la que el financiamiento es el 41.34 % de la inversión total del proyecto genera un costo de capital ponderado (WACC) de 10.08%.
7. Con un WACC de 10.08% y un K_e de 11.24%, la viabilidad económica y financiera del proyecto ha quedado demostrada al obtenerse un VAN mayor a cero (VANE de S/. 1'433,330 y VANF de S/.1'350,948), una tasa interna de retorno mayor al K_e (TIRE de 23.81% y TIRF de 30.71%), un ratio de beneficio costo económico de 1.39 y un periodo de recuperación de 5 años.

Así también el análisis de sensibilidad en los escenarios optimistas y pesimistas planteados con variaciones entre el WACC y los ingresos y egresos principales arrojó resultados viables con valores actuales netos positivos y tasas internas de retorno aceptadas.

RECOMENDACIONES

1. Es necesario un estudio de mercado más profundo el cual permita generar más estrategias de marketing relacionadas a los tipos de servicio que brindan los hoteles.
2. Los futuros empresarios que deseen poner en marcha un hotel en Chinchero, no deberían perder de vista la esencia cultural y ambiental que tiene la zona.
3. Para el que el desarrollo del turismo sea sostenible es necesario que las empresas, no solo hoteleras, sino también todas aquellas que brindan un servicio relacionado al turismo, demuestren calidad la cual genere continuas visitas a la ciudad del Cusco.
4. Es de gran conocimiento que en la ciudad del Cusco existen empresas relacionadas al turismo que cobran precios excesivos aprovechando el poder adquisitivo de los visitantes; los futuros empresarios deben tomar conciencia y definir precios con ganancias justas.
5. Generar alianzas con las asociaciones de artesanos y agricultores de la zona es una forma de promover el desarrollo sostenible del distrito y generar puesto de trabajo que mejorarán la calidad de vida a mediano y largo plazo.
6. Para realizar la venta de los servicios del hotel, se deberán establecer convenios con las principales agencias de viajes y operadores de turismo de todo el mundo.
7. Será importante también hacer convenios con las municipalidades de Chinchero y Urubamba para fomentar el desarrollo turístico de la región.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros

Baca Urbina, Gabriel (2001).Evaluación de Proyectos. (Cuarta Edición). México:

McGraw-Hill.

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*.

(Quinta edición). México DF: McGraw – Hill

Kotler, P. y Amstrong G. (2003).*Fundamentos de Mercadotécnica*. 6ta. Edición. México:

Prentice Hall Hispanoamérica.

Sapag Chain, Nassir (2011). Evaluación de Proyectos de Inversión de la Empresa.

(Primera Edición). Argentina: Pearson Education S.A

Porter, M. (2001).*Ventaja Competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño*

superior.2da. Edición.México: Editorial Diana

Tesis

Gonzalo Pasano Paredes, G. V. (2012). *Estudio de Pre Factibilidad de Inversión para*

la apertura de un Restobar en la ciudad de Arequipa. Arequipa : Universidad

Católica San Pablo.

Lopez, E. C. (2007). *Estudio de Pre factibilidad para la creación de un Ecolodge en el*

callejon de Huaylas. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Mateo, Y.,A. (2009).*Estudio de pre-factibilidad para la instalación de un hospedaje para*

turistas que experimentan turismo vivencial, en la provincia de Tarma. Ingeniero

Industrial. Pontificia Universidad Católica del Perú.

Leyes

Decreto Supremo N° 029-2004 -Reglamento de establecimientos de hospedaje.

Capítulo 1 – Artículo 3, Anexo 05

Documentos Electrónicos

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO. (2006). Resumen Ejecutivo

de Indicadores de Turismo a Enero 2014 Recuperado de:

[http://www.mincetur.gob.pe/ TURISMO/OTROS/Resumen%20Ejecutivo%20Indicadores%20Tur%EDsticos-Ene07-12mar07.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/OTROS/Resumen%20Ejecutivo%20Indicadores%20Tur%EDsticos-Ene07-12mar07.pdf)

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ. Tips del Perfil del Turista

2014. Recuperado de <http://www.peru.info/catalogo/Attach/8724.xls>

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ. Perfil del Turista 2014.

Recuperado de < http://www.peru.info/catalogo/Attach/publicaci_n_pte_2005-final_9060.zip >

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ. Nivel de satisfacción del Turista

Extranjero 2014. Recuperado de <http://www.peru.info/catalogo/Attach/8727.zip>

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ. Nivel de satisfacción del Turista

Extranjero 2014. Recuperado de: <http://www.peru.info/catalogo/Attach/7873.zip>

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ. Perfil del Turista de Naturaleza 2014.

Recuperado de < <http://www.peru.info/catalogo/Attach/8979.zip> >

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ. Perfil del Turista que visita

Cusco 2014. Recuperado de < <http://www.peru.info/catalogo/Attach/6382.xls> >

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. ITA América 2014– 2015

Recuperado de http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/indicator/ITA_Americas.pdf

Mincetur Turismo Boletín 17 (2015). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*.

Recuperado de:

http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/prensa/2015/BoletinesTurismo/Boletin_Mincetur_Turismo_17.html

Damodaran, A. (2016, Enero) *Total Betas by Sector – US*. Recuperado de:

http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/totalbeta.html

Banco Central de Reserva del Perú (2015) *Indicadores de riesgo para países*

emergentes: índice de bonos de mercados emergentes (EMBIG). Recuperado de

http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/totalbeta.html

Kuntur Wasi construirá el aeropuerto de Chinchero en Cusco (2014, Abril 25). *Diario*

Perú21. Recuperado de <http://peru21.pe/economia/kuntur-wasi-construira-aeropuerto-chinchero-cusco-2180462>

Páginas Web institucionales

Comisión de Promoción del Perú <<http://www.promperu.com.pe>>

Gobierno Regional de Ancash. <<http://www.regionancash.gob.pe>>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo <<http://www.mincetur.gob.pe>>

Instituto Nacional de Recursos Naturales <<http://www.inrena.gob.pe>>

Instituto Nacional de Estadística e Informática <<http://www.inei.gob.pe>>

Organización Mundial del Turismo <<http://www.worldtourism.org>>

ANEXO 1: REQUISITOS MINIMOS DE ACUERDO A LA CATEGORIA DE LOS HOTELES

REQUISITOS MINIMOS DE ACUERDO A LA CATEGORIA DE LOS HOTELES					
REQUISITOS MINIMOS	5 Estrellas	4 Estrellas	3 Estrellas	2 Estrellas	1 Estrella
N° de Habitaciones	40	30	20	20	20
N° de Ingresos de uso exclusivo de los Huéspedes (separado de servicios)	1	1	1	-	-
Salones (m2. por N° total de habitaciones):					
El área techada útil en conjunto, no debe ser menor a	3 m2.	2.5 m2.	1.5 m2.	-	-
Bar independiente	obligatorio	obligatorio	-	-	-
Comedor - Cafetería (m2. por N° total de habitaciones)					
Deben estar techados, y en conjunto no ser menores a:	1.5 m2 (separados)	1.25 m2	1 m2	-	-
Habitaciones (incluyen en el área un closet o guardarropa) m2 mínimo:	1.5 x 0.7 closet	1.5 x 0.7 closet	1.2 x 0.7 closet	closet o guardarropa	closet o guardarropa
Simples (m2)	13 m2	12 m2	11 m2	9 m2	8 m2
Dobles (m2)	18 m2	16 m2	14 m2	12 m2	11 m2
Suites (m2 mínimo, si la sala está al INTEGRADA al dormitorio)	28 m2	26 m2	24 m2	-	-
Suites (m2 mínimo, si la sala está al SEPARADA del dormitorio)	32 m2	28 m2	26 m2	-	-
Cantidad de baños por habitación (tipo de baño) (1)	1 privado - con tina	1 privado - con tina	1 privado - con ducha	1 cada 2 habitaciones - con ducha	1 cada 4 habitaciones - con ducha

Área mínima m2	5.5 m2	4.5 m2	4 m2	3 m2	3 m2
Todas las paredes deben estar revestidas con material impermeable de calidad comprobada	altura 2.10 m.	altura 2.10 m.	altura 1.80 m.	altura 1.80 m. (2)	altura 1.80 m. (2)
Habitaciones (servicios y equipos)					
Aire acondicionado frío	obligatorio	obligatorio	-	-	-
Calefacción (3)	obligatorio	obligatorio	-	-	-
Agua fría y caliente las 24 horas (no se aceptan sistemas activados por el huésped)	obligatorio en ducha y lavatorio	obligatorio en ducha y lavatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio
Alarma, detector y extintor de incendios	obligatorio	obligatorio	-	-	-
Tensión 110 y 220 v.	obligatorio	obligatorio		-	-
Frigo bar	obligatorio	obligatorio	-	-	-
Televisor a color	obligatorio	obligatorio	obligatorio	-	-
Teléfono con comunicación nacional e internacional (en el dormitorio y en el baño)	obligatorio	obligatorio	obligatorio (no en el baño)	-	-
Servicios Generales					
Servicio de ascensor de uso público (excluyendo sótano)	obligatorio a partir de 4 plantas	obligatorio a partir de 4 plantas	obligatorio a partir de 5 plantas	obligatorio a partir de 5 plantas	obligatorio a partir de 5 plantas
Atención a Habitaciones (24 horas)	obligatorio	obligatorio	-	-	-
Ascensores de servicio distintos a los de uso público (con parada en todos los pisos y excluyendo sótano)	obligatorio a partir de 4 plantas	obligatorio a partir de 4 plantas	-	-	-
Cambio regular de sábanas como mínimo	diario (5)	diario (5)	diario (5)	2 veces por semana	2 veces por semana
Cambio regular de toallas como mínimo	diario (5)	diario (5)	diario (5)	diario (5)	diario (5)
Alimentación eléctrica de emergencia para los ascensores	obligatorio	obligatorio	obligatorio	-	-

Custodia de valores (individual o con caja fuerte común)	obligatorio	obligatorio	obligatorio	-	-
Estacionamiento privado y cerrado (porcentaje por el N° de habitaciones)	30%	25%	20%	-	-
Estacionamiento frontal para vehículos en tránsito	obligatorio	obligatorio	-	-	-
Generación de energía eléctrica para emergencia	obligatorio	obligatorio	obligatorio	-	-
Guardarropa - custodia de equipaje	obligatorio	obligatorio	obligatorio	-	-
Limpieza diaria del hotel y habitaciones	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio
Oficio por piso (con teléfono o similar)	obligatorio	obligatorio	obligatorio pero sin teléfono	-	-
Personal calificado (1)	obligatorio	obligatorio	obligatorio	-	-
Personal uniformado (las 24 horas)	obligatorio	obligatorio	obligatorio	-	-
Recepción y conserjería (1)	obligatorio - separados	obligatorio - separados	obligatorio	obligatorio	obligatorio
Sauna, baños turcos o hidromasajes	obligatorio	-	-	-	-
Servicio de despacho de correspondencia	obligatorio	obligatorio	obligatorio	-	-
Servicio de facsímil	obligatorio	obligatorio	obligatorio	-	-
Servicio de lavado y planchado (4)	obligatorio	obligatorio	obligatorio	-	-
Servicio de llamadas, mensajes internos, y contratación de taxis	obligatorio	obligatorio	obligatorio	-	-
Servicios de peluquería y de salón de belleza (4)	obligatorio	obligatorio	-	-	-
Servicios higiénicos públicos	obligatorio diferenciados por sexos	obligatorio diferenciados por sexos	obligatorio diferenciados por sexos	obligatorio	obligatorio
Teléfono de uso público	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio
Servicio de atención de primeros auxilios	obligatorio	obligatorio	botiquín	botiquín	botiquín

Ambiente para comercio de artículos y souvenirs	obligatorio	obligatorio	-	-	-
Cocina (porcentaje del comedor)	60%	50%	40%	-	-
Zona de mantenimiento	obligatorio	obligatorio	-	-	-
CONSIDERACIONES GENERALES					
- Los bienes muebles, acabados, espacios comunes, equipos mecánicos y la calidad de los servicios del hotel deben guardar relación con su categoría.					
- Las condiciones relativas a: Ventilación, zonas de seguridad, escaleras, salidas de emergencia, etc., se cumplirán conforme a las disposiciones municipales y del Instituto Nacional de Defensa Civil según corresponda.					
- Los Establecimientos de 5 Estrellas deben tener un mínimo de suites correspondiente al 5 % de sus habitaciones.					
- No se podrá dejar de brindar a los huéspedes los servicios de recepción, comedor y cafetería, si estas áreas se utilizan para eventos como congresos, reuniones, u otros similares.					
- El área mínima corresponde al área útil y no incluye el área que ocupan los muros.					
(1) Definiciones contenidas en el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje.					
(2) En el caso de Hoteles de una y dos estrellas el revestimiento de las paredes que no corresponda al área de ducha será de 1.20					
(3) Se tomará en cuenta la temperatura promedio de la zona.					
(4) Este servicio puede ser brindado mediante convenio con terceros.					
(5) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios medioambientales u otros.					

ANEXO 2: RESULTADOS DE LA ENCUESTA

TABLA76: PREFERENCIA POR PERNOCTAR EN CHINCHERO

Preferencia por pernoctar en Chinchero	%	Total
Si	68.75	275
No	31.25	125
Total	100.00	400

Elaboración: propia.

De los encuestados el 68.75% si estaría dispuesto a pernoctar en Chinchero, por tanto dicha respuesta avala una vez más la propuesta por la instalación de un hotel en Chinchero.

Por otro lado, un 31.25% no estaría dispuesto pernoctar en Chinchero tras la llegada a Cusco.

TABLA77: SEXO DE LOS ENCUESTADOS

Género	%	Total
Masculino	53.75	215
Femenino	46.25	185
Total	100.00	400

Elaboración: propia.

La distribución de sexo de los encuestados es: el 53.75% es de sexo masculino y el restante 46.25% es de sexo femenino. Lo que demuestra que la población en su mayoría está constituida por varones.

TABLA78: ESTADO CIVIL

Estado civil	%	Total
Casado	17.75	71
Soltero	80.75	323
Divorciado	1.00	04
Conviviente	0.50	02
Total	100.00	400

Elaboración: propia.

El 80.75% de los encuestados es soltero, ávidos de nuevas propuestas, aventuras y demás y el 17.75% es casado, que podría quedarse a pernoctar fuera de Cusco, pues podría elegir un lugar tranquilo, para descansar plácenteramente.

Otro dato que llama la atención es que un 1.00% de la muestra es divorciado y el 0.50%.

TABLA79: PROCEDENCIA DE LOS ENCUESTADOS

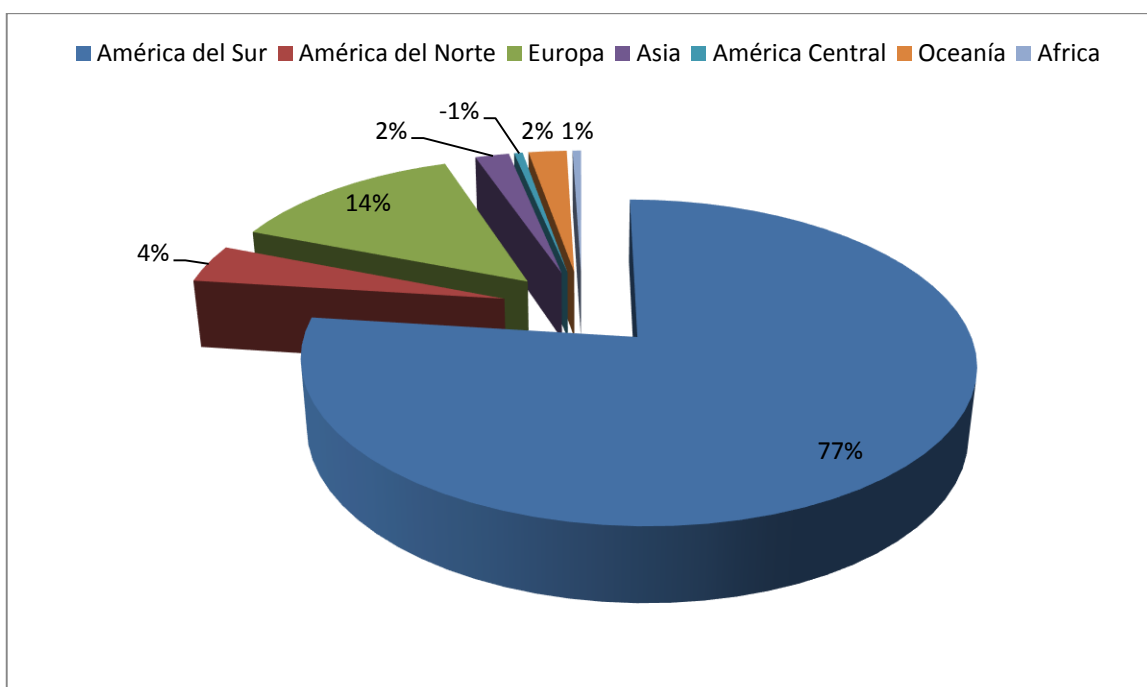
Continente/país	%	Total
América del Sur	77.00	308
• Chile		112
• Ecuador		03
• Argentina		47
• Brasil		40

• Colombia		25
• Bolivia		02
• Venezuela		00
• Uruguay		09
• Paraguay		02
• Perú		68
América del Norte	4.00	16
• EE.UU.		13
• Canadá		01
• México		02
Europa	13.75	55
• España		06
• Francia		08
• Alemania		12
• Reino Unido		06
• Italia		02
• Suiza		03
• Países Bajos (Holanda)		01
• Suecia		03
• Rusia		02
• Polonia		01
• Dinamarca		01
• Irlanda		04
• Rep. Checa		01
• Otros Europa		05
Asia	2.00	08

• Japón		02
• China (R.P.)		03
• Corea del Sur		01
• Israel		02
• Otros Asia		00
América Central	0.50	02
• Haití		02
Oceanía	2.25	09
• Australia		08
• Nueva Zelandia		01
• Otros Oceanía		00
África	0.50	02
• Sudáfrica		00
• Egipto		00
• Kenia		02
• Otros África		00
TOTAL	100.00	400

Elaboración: propia

FIGURA 11: PROCEDENCIA POR CONTINENTE



Elaboración: propia

Fuente: Encuesta

La procedencia de los encuestados: el 77.00% proviene de América del Sur (incluye a Perú), el 13.75% de los encuestados son Europeos, el 4.00% es de América del Norte, un 2.25% de los encuestados de Oceanía, 2.00% de los mismos proviene de Asia, seguidamente de un 0.50% que pertenecen a África y América del Centro.

En temporada de lluvias, o temporada baja, que abarca los meses de enero a marzo, Cusco es visitado mayormente por turistas provenientes de América del Sur, y esto se ve reflejado en el 77% de los encuestados.

TABLA80: EDAD DE ENCUESTADOS

RANGO	%	N° Encuestados
De 20 a 24 años	32,75	131
De 25 a 29 años	33,25	133
De 30 a 34 años	16	64
De 35 a 39 años	5,25	21
De 40 a 44 años	3,25	13
De 45 a 49 años	2,5	10
De 50 a 54 años	2	8
De 55 a 59 años	3,25	13
De 60 a 64 años	0,75	3
De 65 años a más	1	4
TOTAL	100	400

Elaboración: propia.

Respecto a la edad de los encuestado se observa que el 32.00% pertenece al rango de 20 a 24 años, y esto refleja lo descrito líneas arriba, pues en esta temporada suelen visitar nuestra ciudad los llamados “mochileros”, un grupo de lo más diverso pues están en busca de nuevas propuestas, por tanto en esta temporada sería conveniente poder albergarlos.

El 28.75% corresponde al grupo de 25 a 29 años, a este grupo pertenecen los profesionales, que tienen mayor poder adquisitivo, y pueden invertir en un hotel, al momento de elegir un lugar para pernoctar.

Posteriormente tenemos al grupo de 30 a 34 años, que tiene el 11.50%, si bien es cierto es un porcentaje menor aun así se piensa que es un grupo que merece atención pues es donde se encuentran aquellos que necesitan optar por un lugar que les ofrezca no sólo donde descansar sino algún otro servicio adicional.

También se observa que el 8.25% pertenece al rango de 15 a 19 años, a esa edad suelen venir acompañando a sus padres o de aventura también se les puede considerar en el grupo de los “mochileros”, buscan un lugar barato, pero con las comodidades mínimas.

El 5.25% corresponde al grupo de 35 a 39 años, a este grupo pertenecen los profesionales, que tienen mayor poder adquisitivo, y pueden invertir en un hotel, al momento de elegir un lugar para pernoctar.

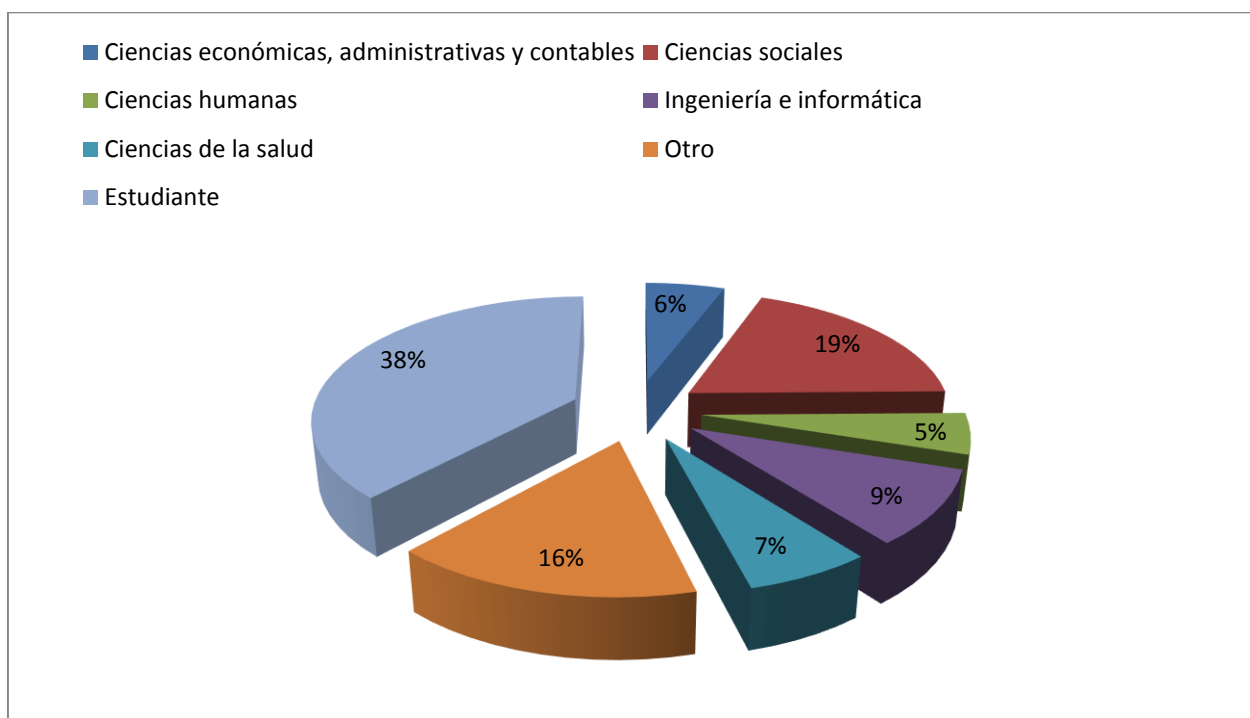
TABLA 81: OCUPACIÓN DE PERSONAS ENCUESTADAS

Carreras profesionales	%	Total
Ciencias económicas, administrativas y contables	5.75	23
• Administración		18
• Contabilidad		4
• Economía		1
Ciencias sociales	19.00	76
• Educación		51
• Turismo y hotelería		25
Ciencias humanas	5.25	21
• Derecho		11
• Artes escénicas		3

• Comunicación, marketing y publicidad		7
Ingeniería e Informática	9.50	38
• Informática		4
• Ingeniería		34
Ciencias de la salud	6.50	26
• Enfermería		5
• Psicología		11
• Medicina		8
• Farmacia		2
Otro	15.75	63
Estudiante	38.25	153
Total	100.00	400

Elaboración: propia.

FIGURA 12: OCUPACIÓN



Elaboración: propia

Fuente: encuesta

Se contempla que son estudiantes los que viene a Cusco en su mayoría (38.25%), lo cual avala una vez más lo señalado anteriormente, por la temporada encontramos sobre todo a quienes se arriesgan a venir mochila al hombro.

Seguidamente se tiene a los profesionales de ciencia sociales, con 19%. En su mayoría docentes, los cuales por formación tienden a conocer más sobre la cultura, tradiciones y costumbres del lugar que visitan, por tanto veremos qué sucede cuando se trate de elegir los servicios adicionales que prefieren tenga un hotel.

De los encuestados otras profesiones representan un 15.75%, es tan diverso el abanico que se tuvo que agrupar en otras carreras.

El 9.50% de los encuestados son ingenieros e informáticos.

Un 6.50 % de los encuestados, se dedica a ciencias de la salud como medio de vida.

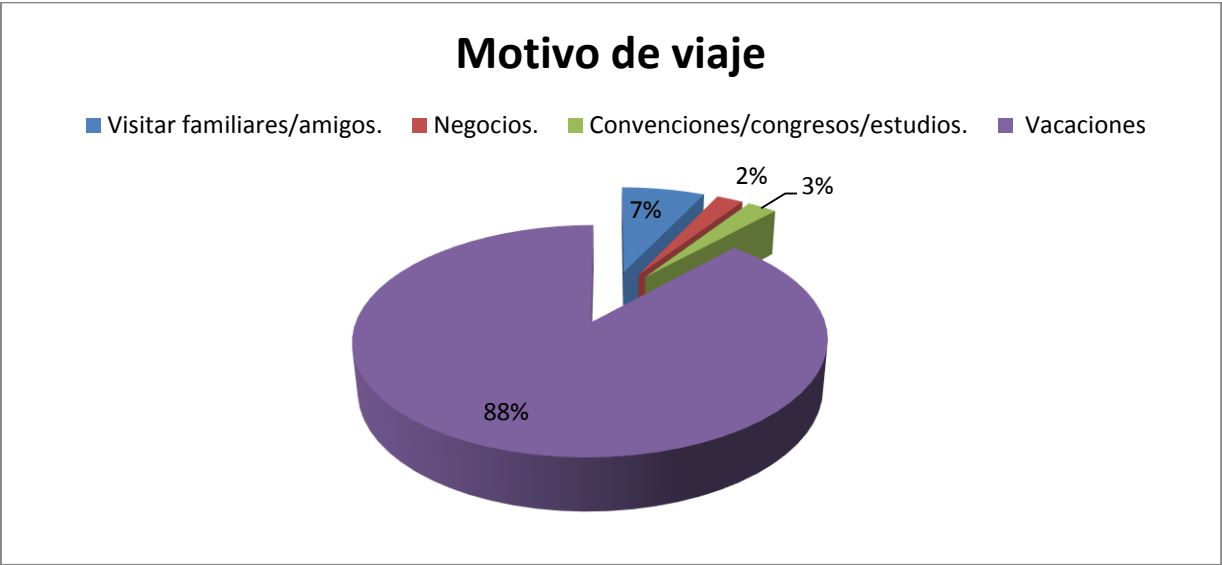
Con un 5.70% y 5.25%, se encuentran los profesionales de ciencias económicas, administrativas y contables & ciencias humanas, respetivamente.

TABLA 82: MOTIVO DEL VIAJE DEL TURISTA

Motivo de viaje	%	Total
Visitar familiares/amigos.	7.00	28
Negocios.	2.25	9
Convenciones/congresos/estudios.	2.50	10
Vacaciones	88.25	353
Total	100.00	400

Elaboración: propia.

FIGURA 13: MOTIVO DE VIAJE DEL TURISTA



Elaboración: propia

Fuente: encuesta

De los encuestados el 88.25% viaja por vacaciones, a divertirse, es un porcentaje que podría muy bien acceder a quedarse en Chinchero, ya que el lugar se presta para hacer actividades diversas, dadas las atracciones, podrían realizar actividades de aventura, cultura, rural, etc.

El 7.00% realiza el viaje para visitar amigos o familiares, esta porción difícilmente se quedaría en el hotel.

Un 2.50% viaja por estudios, también es una porción interesante pues antes de retornar a su lugar de origen podrían pernoctar en el hotel para despejar mente por tanto desgaste realizado y un 2.25% viaja por negocio.

TABLA 83: TIEMPO DE ESTADÍA EN CUSCO

Tiempo de estadía en Cusco	%	Total
Menos de 3 días	27.00	108
1 semana	57.75	231
15 días	4.75	19
Más de 15 días	10.50	42
Total	100.00	400

Elaboración: propia.

De los encuestados el 57.75% tiene planeado quedarse en Cusco una semana, es el tiempo promedio que todo turista permanece en la ciudad. Es un grupo potencial pues al se

quedaría en el hotel un par de días, mínimamente, dada la ubicación, cerca al Ollantaytambo, lugar obligado para los que van a Machupicchu, y cerca al Cusco, el hotel está en el punto medio.

El 27% permanece en la ciudad, menos de tres días, grupo al que al menos podría captarse un día.

Un 10.50 % optará por quedarse más de 15 días, tiempo importantísimo y el esfuerzo se enfocará en este grupo ya que podrá ofertarse además del lugar de descanso otras actividades que lo animen a quedarse en el hotel., y un 4.75% se queda en la ciudad 15 días, sumados los dos últimos grupos, se tiene que el 15.25% tiene mayor tiempo para disfrutar de la ciudad y otros atractivos.

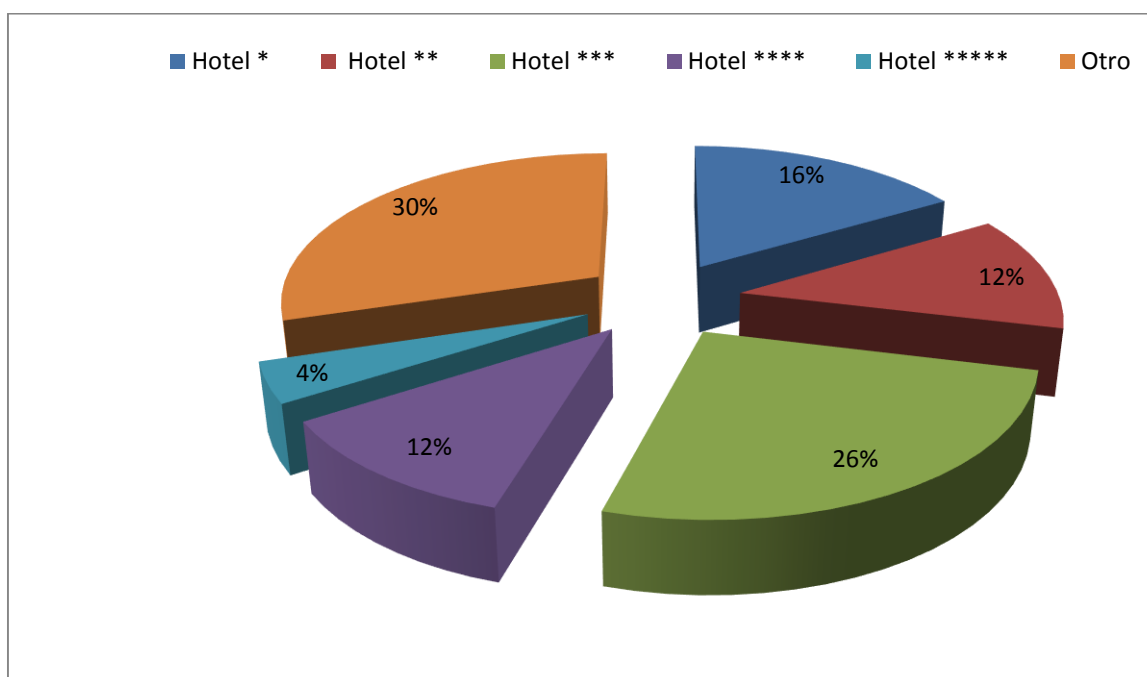
TABLA 84: PREFERENCIA POR TIPO DE HOSPEDAJE

Preferencia por tipo de hospedaje	%	Total
Hotel *	16.50	66
Hotel **	12.25	49
Hotel ***	25.75	103
Hotel ****	11.50	46
Hotel *****	4.25	17
Otro	29.75	119
• Hostal		98
• Camping		3
• Hospedaje		6

<ul style="list-style-type: none"> • Casa • Otro 		3 9
Total	100.00	400

Elaboración: propia.

TABLA 85: PREFERENCIA POR TIPO DE HOSPEDAJE



Elaboración: propia

Fuente: encuesta

De los encuestados el 29.75% prefiere otro tipo de hospedaje para pernoctar, en su mayoría opta por un hostel. Como se mencionó anteriormente debido a la presencia mayoritaria de estudiantes y mochileros, quienes buscan algo cómodo y de bajo precio para descansar.

El 25.75% prefiere un hotel de 3 estrellas, lo que sin duda a pesar del perfil del visitante de esta época del año, sin duda es un buen motivo para continuar con el proyecto de instalación de un hotel en Chinchero.

Un 16.50% prefiere hotel de una estrella, el 12.25% un hotel de dos estrellas, cifras nada desfavorable, puesto que el 28.75% si desea un hotel sea uno o dos estrellas para su lugar de descanso.

Un 11.50% hotel de cuatro estrellas y finalmente el 4.25% hotel de cinco estrellas.

TABLA 86: ACTIVIDADES A REALIZAR

Preferencia por actividades a realizar	%	Total
Observación de flora	12.5	50
Observación de fauna	16.25	65
Cabalgata	22.5	90
Fotografía	24.5	98
Turismo vivencial	23	92
Otro	1.25	5
Total	100.00	400

Elaboración: propia.

Los encuestados mostraron su preferencia con un 24.5% en la fotografía, seguido de la actividad de cabalgata. El 23% le gustaría hacer turismo vivencia en la ciudad del Cusco, por la riqueza cultural y el costumbrismo vivo.

TABLA 87: MONTO A PAGAR PROMEDIO POR DÍA EN ALOJAMIENTOS

Monto a pagar promedio	%	Total
S/. 120 a 200	79.50	318
S/. 200 a 300	17.00	68
S/. 300 a 400	2.50	10
S/. 400 a más	1.00	4
Total	100.00	400

Elaboración: propia.

De los encuestados el 79.50 % pagaría por día de hospedaje entre S/. 120.00 a S/. 200.00.

Sin duda el mayor porcentaje se dirige hacia el pago más bajo. Sin embargo, se encuentra

en el rango de lo que se cobra en un hollé de tres estrellas en Cusco y en general en Perú, ya que las tarifa bordea entre \$55 a \$70.00, lo que sigue dando soporte al proyecto de instalación de un hotel en Chinchero.

De los encuestados el 17.00 % pagaría una por día de hospedaje de entre S/. 200.00 a S/. 300.00.

De los encuestados el 2.50% pagaría por día de hospedaje de entre S/. 300.00 a S/. 400.00

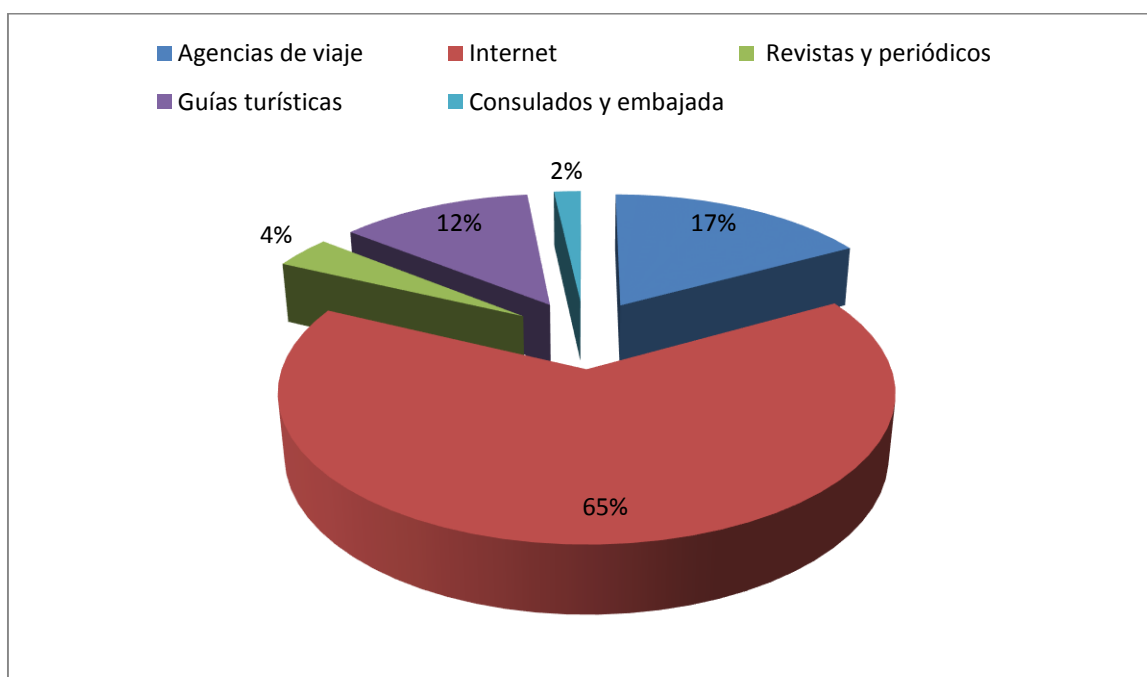
De los encuestados el 1.00% pagaría por día de hospedaje más de S/.400.00

TABLA 88: MEDIOS PARA INFORMARSE SOBRE HOTELES

Medios que se utiliza para informarse sobre hoteles	%	Total
Agencias de viaje	17.00	68
Internet	65.00	260
Revistas y periódicos	3.75	15
Guías turísticas	12.50	50
Consulados y embajada	1.75	7
Total	100.00	400

Elaboración: propia.

FIGURA 14: MEDIOS PARA INFORMARSE SOBRE HOTELES



Elaboración: propia

Fuente: encuesta

TABLA 89: PREFERENCIA POR SERVICIOS ADICIONALES EN UN HOTEL

Servicios adicionales	%	Total
Bar y restaurant	13%	53
Boutique o Dutty free	5%	20
Movilidad a la ciudad (con agencias de turismo)	16%	63
Spa	13%	50
Tienda de artesanía y otros artículos necesarios	4%	15
Servicio de cuarto 24 horas	16%	65
Servicio de lavandería	21%	82
Centro de reuniones	6%	25
Salones de entretenimiento como piscina y gimnasio	7%	27
Total	100%	400

Elaboración: propia.

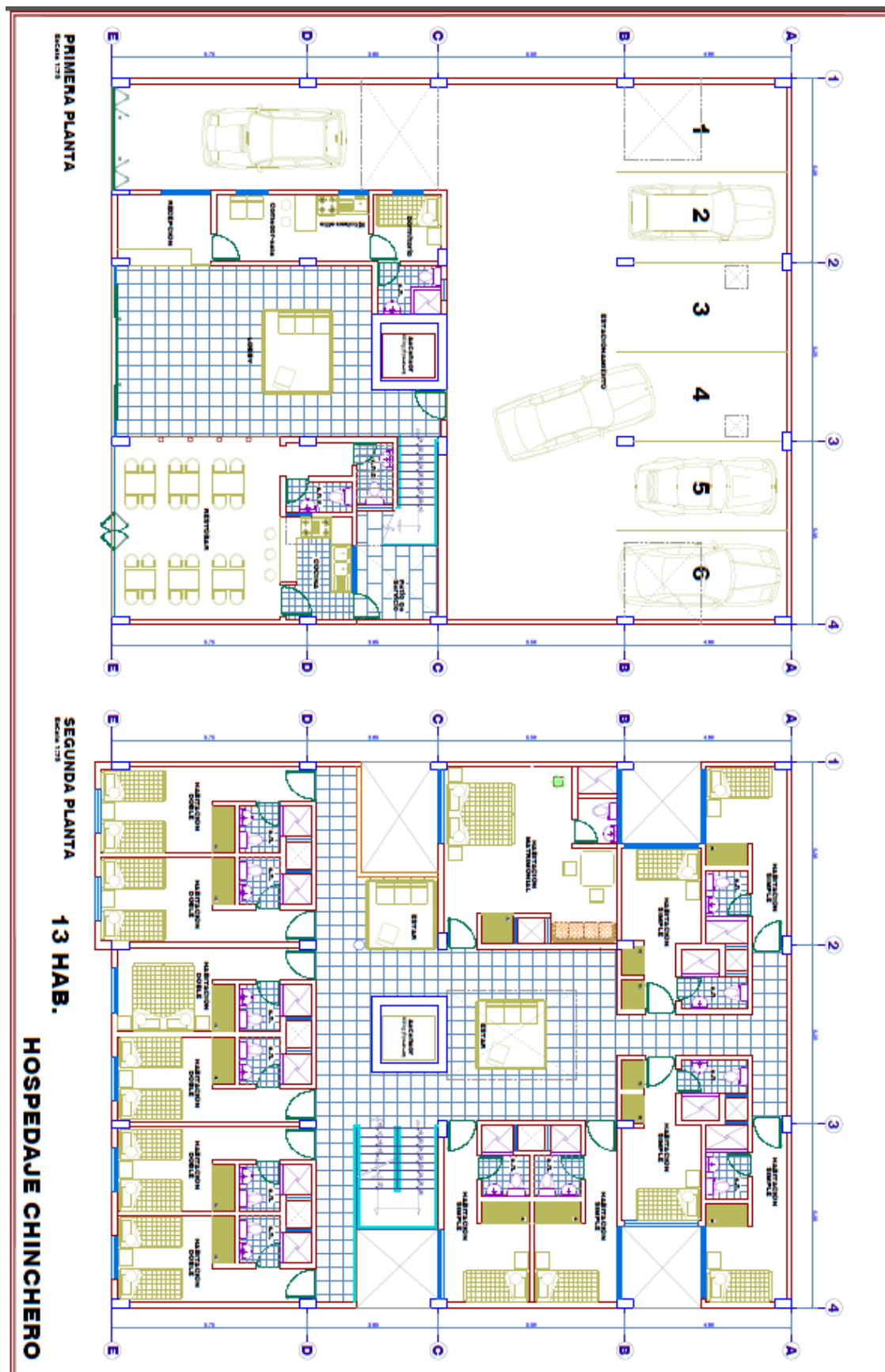
Los encuestados, prefieren que un hotel tenga como servicio adicional, bar-restaurant, movilidad a la ciudad, servicio de cuarto 24 horas y servicio de lavandería, sobre todo.

ANEXO 3: MAPA DE LOCALIZACIÓN CHINCHERO



ANEXO 4: DISTRIBUCIÓN DEL HOTEL

FIGURA 15: PLANO PRIMERA PLANTA Y SEGUNDA PLANTA



TERCERA PLANTA
07 HAB.

CUARTA PLANTA
05 HAB.

HOSPEDAJE CHINCHERO

ANEXO 5: INVERSIÓN EN OBRA FISICA

PRESUPUESTO DE EDIFICACIÓN					
	Cant	Und	Elemento	P.U.	Costo
Sub Estructura	0,00	m2	Area techada de sótano		22.400,00
Cimentación	320,00	m2	Area de impresión	70,00	22.400,00
Casco	1.600,00	m2	Area techada de Superestructura	282,45	451.926,70
Superestructura	1.600,00	m2	Area techada de Superestructura	250,93	401.490,00
Elementos Verticales	1.600,00	m2	Area techada de soporte	43,93	70.290,00
Columnas	37,50	m3	volumen de columnas	550,00	70.290,00
Elementos Horizontales	1.600,00	m2	Area techada de soporte	207,00	331.200,00
Losas macizas	1.600,00	m2	Area de losa	60,00	331.200,00
Cerramientos Exteriores	40,14	m2	Area de Cerramiento Exterior	693,43	27.830,95
Ventanas Exteriores	19,44	m2	Area de Ventanas Exteriores	130,00	2.526,55
Muro Cortina en Centro Comercial	19,44	m2	Area de muro cortina	50,00	2.526,55
Puertas exteriores	20,70	m2	Area de Puertas Exteriores	1.222,43	25.304,40
Puertas vidrio	11,70	m2	Area de la puerta	250,00	9.968,40
Puerta enrollable vehicular	9,00	m2	Area de la puerta	500,00	15.336,00
Cubiertas	301,41	m2	Area de Cubierta	75,00	22.605,75
Coberturas de techos	301,41	m2	Area de Coberturas de techos	75,00	22.605,75
Impermeabilización en techos	301,41	m2	Area de cobertura		22.605,75
Interiores	1.600,00	m2	Area techada total	349,46	559.131,41
Construcciones Interiores	1.600,00	m2	Area techada total	249,32	398.913,33
Tabiquerías	2.165,87	m2	Area de tabiquerías	164,37	356.014,53
Area Comercio (h= 4.50)	2.165,87	m2	Area de tabiquería	45,00	332.158,53
Sellos cortafuego	1,00	Glb	global	7.000,00	23.856,00
Puertas y Ventanas Interiores	119,07	m2	Area puertas y ventanas	200,00	23.814,00
Puertas interiores estandares	119,07	m2	cantidad de puertas	250,00	23.814,00
Accesorios	1.600,00	m2	Area techada total	3,50	19.084,80
Escaleras	39,77	m2	Area de escaleras	528,24	21.008,10
Construcción de escaleras	39,77	m2	Area de escaleras	306,72	12.198,25
Construcción de escaleras de emergencia	39,77	m2	Area techada total	90,00	12.198,25
Acabados en escaleras	39,77	m2	Area de escaleras	221,52	8.809,85
Acabados en escaleras de emergencia	39,77	m2	Area de acabados	65,00	8.809,85
Terminaciones Interiores	1.600,00	m2	Area techada total	87,01	139.209,98
Terminaciones de muros	2.165,87	m2	Area de tabiquería	13,63	29.525,20
Tabiquería	2.165,87	m2	Area de tabiquería	4,00	29.525,20
Terminaciones de pisos	1.784,50	m2	Area techada total	61,47	109.684,78
Piso cerámicos					
Servicios	1.600,00	m2	Area techada total	284,94	455.911,69
Instalaciones Sanitarias	1.600,00	m2	Area techada total	34,08	54.528,00
Instalaciones Sanitarias	1.600,00	m2	Area techada total	10,00	54.528,00
Calefacción, Ventilación y AA (HVAC)	1.600,00	m2	Area techada con A-A	153,36	245.376,00
HVAC	1.600,00	m2	Area techada con A-A	45,00	245.376,00
Protección Contraincendio	1.600,00	m2	Area techada total	18,11	28.968,00
Sprinklers		Und	Número de cabeza de sprinklers		11.928,00
Estacionamientos	6,00	pto	número de puntos	250,00	5.112,00
Áreas comunes	8,00	pto	número de puntos	250,00	6.816,00
Sistema de Extintores		Und	Número de extinguidores		17.040,00
Accesorios de protección contraincendio	20,00	Und	Número de extinguidores	250,00	17.040,00
Instalaciones Eléctricas en B.T.	1.600,00	m2	Area techada total	75,63	121.000,00
IIEE en M.T.	1.600,00	m2	Area techada total	13,50	25.000,00
IIEE en B.T.	1.600,00	m2	Area techada total	38,50	96.000,00
Comunicaciones	1.600,00	m2	Area techada total	1,11	6.039,69
Comunicaciones	1.600,00	m2	Area techada total	1,11	6.039,69
Trabajos de Sitio	1.600,00	m2	Area techada total	6,82	10.905,60
Servicios Mecánicos de Sitio	1.600,00	m2	Area techada total	6,82	10.905,60
Suministro de agua	1.600,00	m2	Area techada total	1,00	5.452,80
Alcantarillado sanitario	1.600,00	m2	Area techada total	1,00	5.452,80
SUB TOTAL - A					1.500.275,40
Transporte Mecánico	1.600,00	m2	Area techada total	197,74	316.383,67
Elevadores y ascensores	1,00	Und	Cantidad de ascensores	316.383,67	316.383,67
Ascensores de pasajeros	1,00	Und	cantidad de ascensores	80.000,00	316.383,67
EQUIPAMIENTO COMERCIAL					31.898,88
Equipamiento Comercial- Inst	1.600,00	m2		5,85	31.898,88
INDIRECTOS					141.771,20
PRE-OPERATIVOS					21.811,20
Licencias	1.600,00	m2		4,00	21.811,20
Arquitectura					44.160,00
Arquitectura General			1.600,00	8,00	44.160,00
Ingenierías					
Estructuras	1.600,00			5,00	27.600,00
Evacuación y Señalización					2.000,00
Instalaciones Sanitarias					7.500,00
Protección Contra Incendio					7.500,00
Instalaciones Eléctricas					5.000,00
ESTUDIOS Y ASESORÍA					26.200,00
Desarrollo de Estudios	320,00	m2		5,00	26.200,00
Estudio de Suelos		Glb		39.750,00	15.000,00
Estudio de Topografía		Glb		13.250,00	1.200,00
Estudio de Impacto Ambiental		Glb		53.000,00	10.000,00
SUB TOTAL - C (Con Indirectos)					2.065.342,92

ANEXO 6: PRINCIPALES OPERACIONES

FIGURA 17: DIAGRAMA DE FLUJO DE INGRESO DE HUESPED

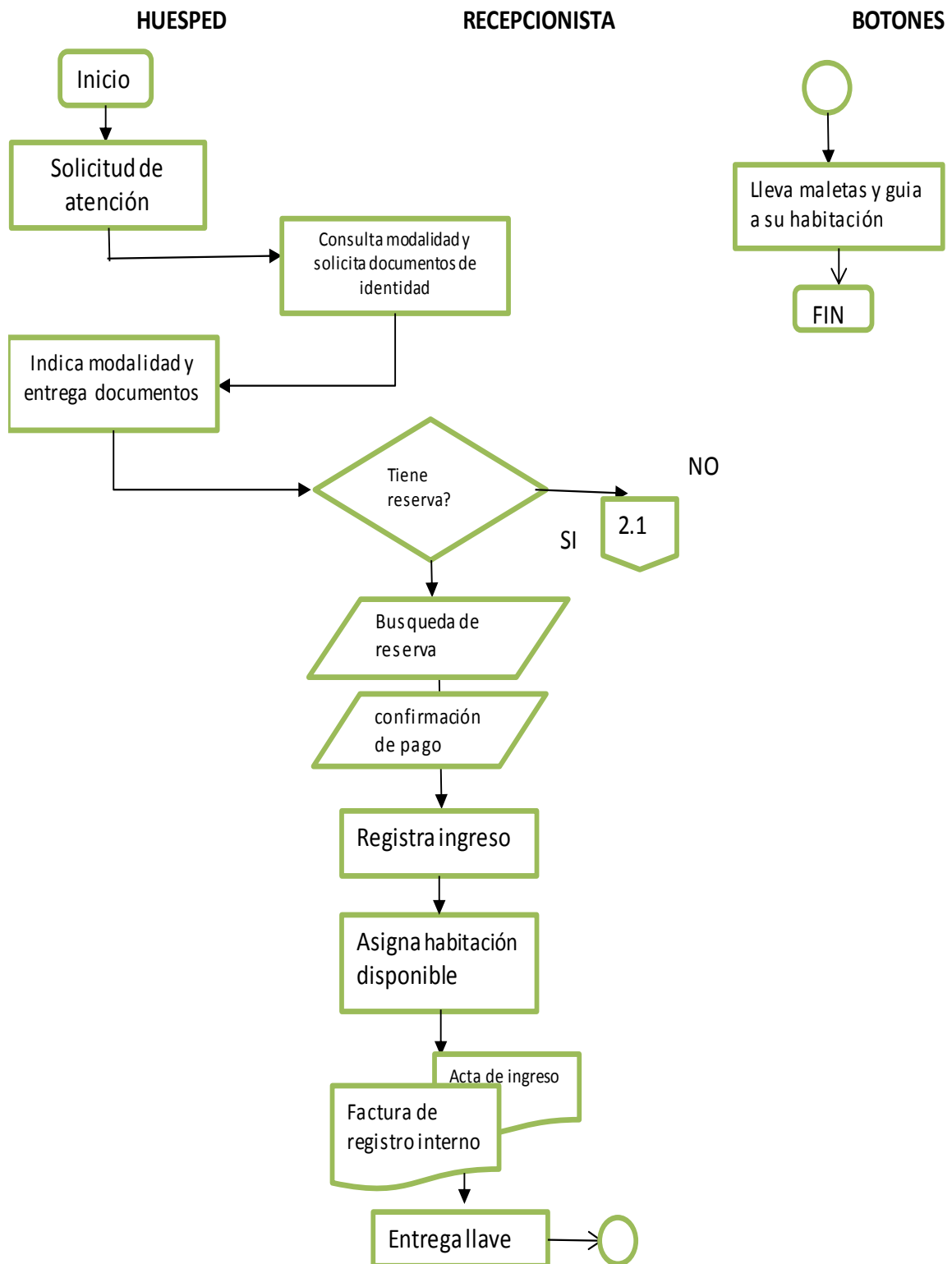
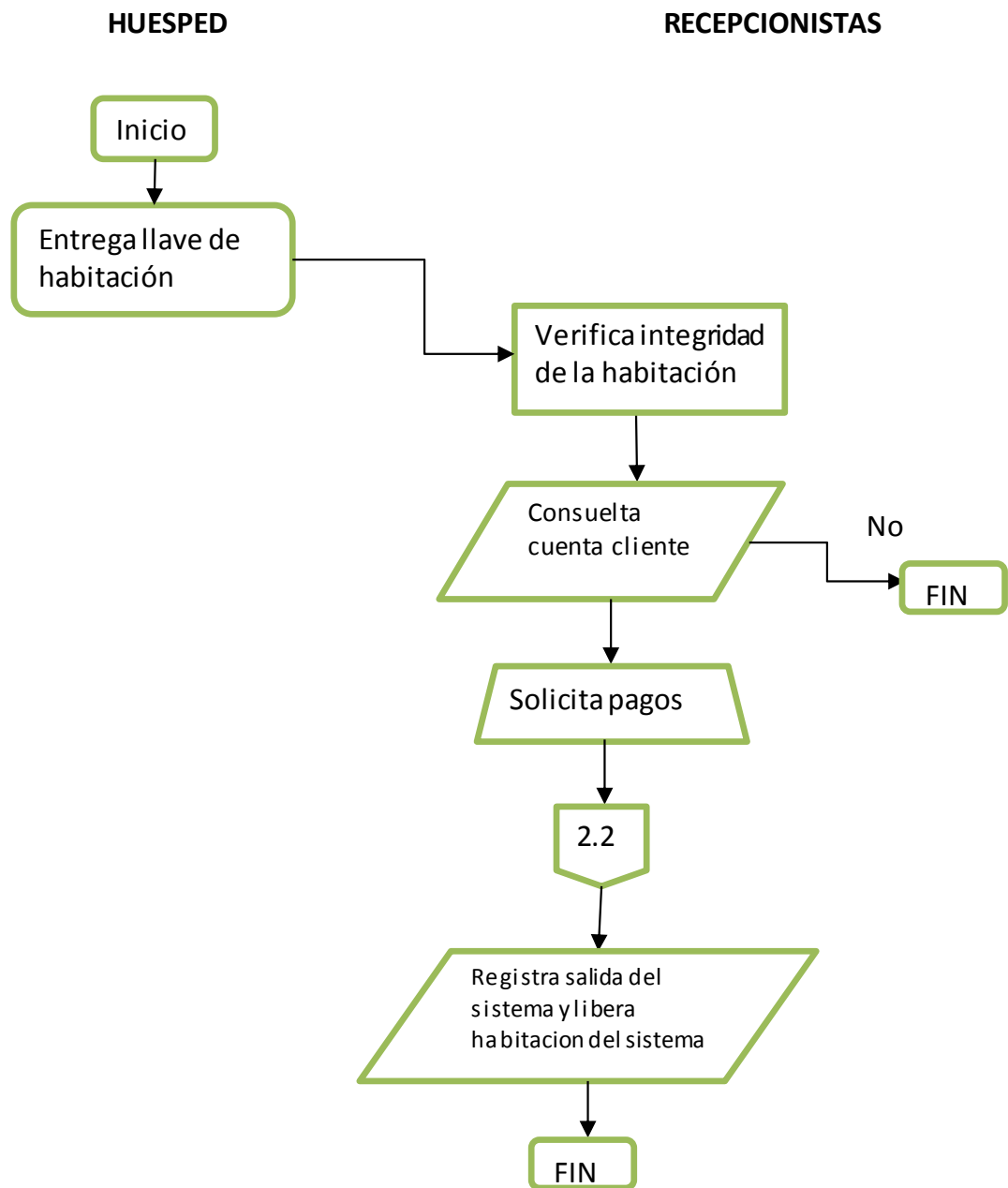


FIGURA 18: DIAGRAMA DE FLUJO DE SALIDA DE HUESPED



ANEXO 7: INVERSIÓN DE CAPITAL

FLUJO DE CAJA ACUMULADO AÑO 2017												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESOS	S/. 81,407.58	S/. 70,585.06	S/. 85,369.87	S/. 88,066.76	S/. 95,719.01	S/. 93,717.82	S/. 113,631.15	S/. 117,113.06	S/. 100,049.27	S/. 112,023.73	S/. 93,878.82	S/. 85,465.13
Simple	S/. 22,806.85	S/. 19,774.85	S/. 23,916.91	S/. 24,672.47	S/. 26,816.29	S/. 26,255.65	S/. 31,834.49	S/. 32,809.97	S/. 28,029.44	S/. 31,384.16	S/. 26,300.75	S/. 23,943.60
Dobles	S/. 18,241.58	S/. 15,816.50	S/. 19,129.44	S/. 19,733.75	S/. 21,448.44	S/. 21,000.02	S/. 25,462.14	S/. 26,242.36	S/. 22,418.75	S/. 25,101.96	S/. 21,036.10	S/. 19,150.78
Triples	S/. 3,371.56	S/. 2,923.34	S/. 3,535.66	S/. 3,647.36	S/. 3,964.28	S/. 3,881.40	S/. 4,706.13	S/. 4,850.33	S/. 4,143.62	S/. 4,639.55	S/. 3,888.07	S/. 3,539.61
Suit Matrimonial	S/. 6,329.81	S/. 5,488.31	S/. 6,637.90	S/. 6,847.60	S/. 7,442.59	S/. 7,286.99	S/. 8,835.34	S/. 9,106.08	S/. 7,779.29	S/. 8,710.36	S/. 7,299.51	S/. 6,645.31
Matrimoniales	S/. 30,657.78	S/. 26,582.05	S/. 32,149.96	S/. 33,165.60	S/. 36,047.40	S/. 35,293.76	S/. 42,793.04	S/. 44,104.32	S/. 37,678.16	S/. 42,187.70	S/. 35,354.40	S/. 32,185.83
EGRESOS	S/. 53,899.90	S/. 50,320.58	S/. 55,210.35	S/. 56,102.29	S/. 58,633.11	S/. 57,971.26	S/. 64,557.17	S/. 65,708.74	S/. 60,065.25	S/. 64,025.55	S/. 58,024.50	S/. 55,241.85
Costos Variables	S/. 26,923.86	S/. 23,344.53	S/. 28,234.30	S/. 29,126.24	S/. 31,657.06	S/. 30,995.21	S/. 37,581.13	S/. 38,732.70	S/. 33,089.21	S/. 37,049.51	S/. 31,048.46	S/. 28,265.81
- Simple	S/. 7,875.92	S/. 6,828.87	S/. 8,259.26	S/. 8,520.17	S/. 9,260.50	S/. 9,066.89	S/. 10,993.44	S/. 11,330.31	S/. 9,679.44	S/. 10,837.93	S/. 9,082.47	S/. 8,268.47
- Dobles	S/. 6,646.07	S/. 5,762.53	S/. 6,969.55	S/. 7,189.72	S/. 7,814.45	S/. 7,651.07	S/. 9,276.78	S/. 9,561.05	S/. 8,167.97	S/. 9,145.56	S/. 7,664.22	S/. 6,977.33
- Triples	S/. 1,381.88	S/. 1,198.17	S/. 1,449.14	S/. 1,494.92	S/. 1,624.81	S/. 1,590.84	S/. 1,928.87	S/. 1,987.97	S/. 1,698.32	S/. 1,901.58	S/. 1,593.57	S/. 1,450.75
- Suit Matrimonial	S/. 1,694.38	S/. 1,469.12	S/. 1,776.85	S/. 1,832.98	S/. 1,992.25	S/. 1,950.60	S/. 2,365.06	S/. 2,437.53	S/. 2,082.38	S/. 2,331.61	S/. 1,953.95	S/. 1,778.83
- Matrimonial	S/. 9,325.61	S/. 8,085.84	S/. 9,779.51	S/. 10,088.45	S/. 10,965.05	S/. 10,735.81	S/. 13,016.97	S/. 13,415.84	S/. 11,461.11	S/. 12,832.83	S/. 10,754.25	S/. 9,790.43
Gastos de Ventas	S/. 16,731.83	S/. 16,731.83	S/. 16,731.83	S/. 16,731.83	S/. 16,731.83	S/. 16,731.83	S/. 16,731.83	S/. 16,731.83	S/. 16,731.83	S/. 16,731.83	S/. 16,731.83	S/. 16,731.83
Gastos de Administración	S/. 10,244.22	S/. 10,244.22	S/. 10,244.22	S/. 10,244.22	S/. 10,244.22	S/. 10,244.22	S/. 10,244.22	S/. 10,244.22	S/. 10,244.22	S/. 10,244.22	S/. 10,244.22	S/. 10,244.22
Ingresos - Egresos	S/. 27,507.68	S/. 20,264.48	S/. 30,159.53	S/. 31,964.48	S/. 37,085.91	S/. 35,746.57	S/. 49,073.97	S/. 51,404.32	S/. 39,984.02	S/. 47,998.18	S/. 35,854.32	S/. 30,223.28
Flujo Acumulado	S/. 27,507.68	S/. 47,772.16	S/. 77,931.69	S/. 109,896.16	S/. 146,982.07	S/. 182,728.64	S/. 231,802.61	S/. 283,206.93	S/. 323,190.95	S/. 371,189.13	S/. 407,043.45	S/. 437,266.73
Capital de Trabajo	S/. 65,709											

ANEXO 8: SERVICIO ALOJAMIENTO

COSTO ALOJAMIENTO HABITACIÓN SIMPLE			
Utilería	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Juego de Sábanas Queen Size	4	S/. 90,00	S/. 360,00
Frazadas	2	S/. 50,00	S/. 100,00
Edredones Queen Size	2	S/. 180,00	S/. 360,00
Almohadas	12	S/. 15,00	S/. 180,00
Cortinas	1	S/. 80,00	S/. 80,00
Manta tejida a mano Queen	2	S/. 120,00	S/. 240,00
Total Anual			S/. 1.320,00
Total Diario			S/. 3,67

COSTO ALOJAMIENTO HABITACIÓN DOBLE			
Utilería	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Juego de Sábanas 1 1/2 pz	8	S/. 70,00	S/. 560,00
Frazadas	4	S/. 50,00	S/. 200,00
Edredones 1 1/2 pz	4	S/. 120,00	S/. 480,00
Almohadas	16	S/. 15,00	S/. 240,00
Cortinas	1	S/. 80,00	S/. 80,00
Manta tejida a mano 1 1/2	2	S/. 90,00	S/. 180,00
Total Anual			S/. 1.740,00
Total Diario			S/. 4,83

COSTO ALOJAMIENTO HABITACIÓN MATRIMONIAL			
Utilería	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Juego de Sábanas King Size	4	S/. 110,00	S/. 440,00
Frazadas	2	S/. 50,00	S/. 100,00
Edredones King Size	2	S/. 200,00	S/. 400,00
Almohadas	16	S/. 15,00	S/. 240,00
Cortinas	1	S/. 80,00	S/. 80,00
Manta tejida a mano King	2	S/. 150,00	S/. 300,00
Total Anual			S/. 1.560,00
Total Diario			S/. 4,33

COSTO ALOJAMIENTO HABITACIÓN TRIPLE			
Utilería	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Juego de Sábanas 1 1/2 pz	12	S/. 70,00	S/. 840,00
Frazadas	6	S/. 50,00	S/. 300,00
Edredones 1 1/2 pz	6	S/. 120,00	S/. 720,00
Almohadas	24	S/. 15,00	S/. 360,00
Cortinas	2	S/. 80,00	S/. 160,00
Manta tejida a mano 1 1/2	6	S/. 90,00	S/. 540,00
Total Anual			S/. 2.920,00
Total Diario			S/. 8,11

ANEXO 9: SERVICIO DE LAVANDERIA

SERVICIO DE LAVANDERIA				
Insumo	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total
Detergente Industrial x 15 Kg	5	Bolsas	S/. 57,00	S/. 285,00
Lejía x 4 Lt	10	Botellas	S/. 13,00	S/. 130,00
Ganchos de ropa x 12 unid	10	Paquete	S/. 12,00	S/. 120,00
Depósitos	3	Unidades	S/. 10,00	S/. 30,00
Guantes	6	Pares	S/. 7,00	S/. 42,00
Costo Total Servicios e Insumos				S/. 607,00
Costo Total Servicios e Insumos por día				S/. 20,23
Costo Total Servicios e Insumos por habitación				S/. 0,70

ANEXO 10: SERVICIO DE LIMPIEZA

LIMPIEZA				
Insumo	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total
Ambientadores	12	Unidades	S/. 7,00	S/. 84,00
Escobas	1	Unidad	S/. 5,00	S/. 5,00
Quita Sarro	2	Bidones de 5 Lt	S/. 10,00	S/. 20,00
Desinfectantes	2	Botella de 50 Lt	S/. 70,00	S/. 140,00
Esponjas	12	unidades	S/. 1,50	S/. 18,00
Recogedores	1	Unidad	S/. 5,00	S/. 5,00
Guantes	6	Pares	S/. 7,00	S/. 42,00
Total Limpieza				S/. 314,00
Total Limpieza por día				S/. 10,47
Total Limpieza por habitación				S/. 0,36

ANEXO 11: SERVICIO DE LIMPIEZA -COSTO

COSTO LIMPIEZA HABITACION SIMPLE			
Utilería	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Toallas medianas	3	S/. 15,00	S/. 45,00
Toallas grandes	3	S/. 40,00	S/. 120,00
Jabón 10 gr.	720	S/. 0,50	S/. 360,00
Papel Higiénico	360	S/. 0,40	S/. 144,00
Shampoo y Acondicionador 30 Ml	360	S/. 2,00	S/. 720,00
Total Anual			S/. 1.389,00
Total Diario			S/. 3,86

COSTO LIMPIEZA HABITACION DOBLE			
Utilería	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Toallas medianas	6	S/. 15,00	S/. 90,00
Toallas grandes	6	S/. 40,00	S/. 240,00
Jabón 10 gr.	720	S/. 0,50	S/. 360,00
Papel Higiénico	360	S/. 0,40	S/. 144,00
Shampoo y Acondicionador 30 Ml	720	S/. 2,00	S/. 1.440,00
Total Anual			S/. 2.274,00
Total Diario			S/. 6,32

COSTO LIMPIEZA HABITACION MATRIMONIAL			
Utilería	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Toallas medianas	6	S/. 15,00	S/. 90,00
Toallas grandes	6	S/. 40,00	S/. 240,00
Jabón 10 gr.	720	S/. 0,50	S/. 360,00
Papel Higiénico	360	S/. 0,40	S/. 144,00
Shampoo y Acondicionador 30 Ml	720	S/. 2,00	S/. 1.440,00
Total Anual			S/. 2.274,00
Total Diario			S/. 6,32

COSTO LIMPIEZA SUITE MATRIMONIAL			
Utilería	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Toallas medianas	6	S/. 15,00	S/. 90,00
Toallas grandes	6	S/. 40,00	S/. 240,00
Jabón 10 gr.	720	S/. 0,50	S/. 360,00
Papel Higiénico	360	S/. 0,40	S/. 144,00
Shampoo y Acondicionador 30 Ml	720	S/. 2,00	S/. 1.440,00
Total Anual			S/. 2.274,00
Total Diario			S/. 6,32

COSTO LIMPIEZA HABITACION TRIPLE			
Utilería	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Toallas medianas	9	S/. 15,00	S/. 135,00
Toallas grandes	9	S/. 40,00	S/. 360,00
Jabón 10 gr.	1080	S/. 0,50	S/. 540,00
Papel Higiénico	360	S/. 0,40	S/. 144,00
Shampo y Acondicionador 30 Ml	1080	S/. 2,00	S/. 2.160,00
Total Anual			S/. 3.339,00
Total Diario			S/. 9,28

ANEXO 12: MANO DE OBRA DIRECTA

MANO DE OBRA													
	Puesto	Cantidad de personas	Cantidad de Sueldos Anuales	Sueldo Bruto	Total Sueldo Bruto	SNP	Seguro	SCTR	CTS	Gratificaciones	Vacaciones	Sueldo Neto Anual	Sueldo Neto Mensual
						13%	9%	1.23%					
Mano de Obra Indirecta	Administrador	1	12	S/.3,000.00	S/.36,000.00	S/.4,680.00	S/.3,240.00	S/.442.80	S/.3,000.00	S/. 6,540.00	S/. 2,610.00	S/. 39,787.20	S/.3,315.60
	Recepcionista	3	12	S/.1,200.00	S/.43,200.00	S/.5,616.00	S/.3,888.00	S/.531.36	S/.3,600.00	S/. 7,848.00	S/. 3,600.00	S/. 48,212.64	S/.4,017.72
	Asesor Comercial	1	12	S/.1,200.00	S/.14,400.00	S/.1,872.00	S/.1,296.00	S/.177.12	S/.1,200.00	S/. 2,616.00	S/. 1,200.00	S/. 16,070.88	S/.1,339.24
	Encargado de Logística	1	12	S/.1,400.00	S/.16,800.00	S/.2,184.00	S/.1,512.00	S/.206.64	S/.1,400.00	S/. 3,052.00	S/. 1,400.00	S/. 18,749.36	S/.1,562.45
	Enfermera	1	12	S/.1,200.00	S/.14,400.00	S/.1,872.00	S/.1,296.00	S/.177.12	S/.1,200.00	S/. 2,616.00	S/. 1,200.00	S/. 16,070.88	S/.1,339.24
	Cosmetra	1	12	S/.1,100.00	S/.13,200.00	S/.1,716.00	S/.1,188.00	S/.162.36	S/.1,100.00	S/. 2,398.00	S/. 1,100.00	S/. 14,731.64	S/.1,227.64
	Masajista	1	12	S/.1,000.00	S/.12,000.00	S/.1,560.00	S/.1,080.00	S/.147.60	S/.1,000.00	S/. 2,180.00	S/. 1,000.00	S/. 13,392.40	S/.1,116.03
Mano de Obra Directa	Mucamas	6	12	S/. 950.00	S/.68,400.00	S/.8,892.00	S/.6,156.00	S/.841.32	S/.5,700.00	S/. 12,426.00	S/. 5,700.00	S/. 76,336.68	S/.6,361.39
	Botones	3	12	S/. 800.00	S/.28,800.00	S/.3,744.00	S/.2,592.00	S/.354.24	S/. 2,400.00	S/. 5,232.00	S/. 2,400.00	S/. 32,341.76	S/.2,678.48
	Seguridad	3	12	S/. 750.00	S/.27,000.00	S/.3,510.00	S/.2,430.00	S/.332.10	S/. 2,250.00	S/. 4,905.00	S/. 2,250.00	S/. 30,132.90	S/.2,511.08
	Chef	3	12	S/.1,500.00	S/.54,000.00	S/.7,020.00	S/.4,860.00	S/.664.20	S/.4,500.00	S/. 9,810.00	S/. 4,500.00	S/. 60,265.80	S/.5,022.15
	Auxiliar de Chef	2	12	S/. 900.00	S/.21,600.00	S/.2,808.00	S/.1,944.00	S/.265.68	S/.1,800.00	S/. 3,924.00	S/. 1,800.00	S/. 24,106.32	S/.2,008.86
	Mozo	6	12	S/. 750.00	S/.54,000.00	S/.7,020.00	S/.4,860.00	S/.664.20	S/. 4,500.00	S/. 9,810.00	S/. 4,500.00	S/. 60,265.80	S/.5,022.15
	Bartender	2	12	S/. 900.00	S/.21,600.00	S/.2,808.00	S/.1,944.00	S/.265.68	S/.1,800.00	S/. 3,924.00	S/. 1,800.00	S/. 24,106.32	S/.2,008.86
	Total	34		S/.16,650.00	S/.425,400.00	S/.55,302.00	S/.38,286.00	S/.5,232.4	S/.35,450.00	S/. 77,281.00	S/.35,060.00	S/.474,370.58	S/.39,530.88

ANEXO 13: OTROS SERVICIOS

Alquiler de Carpas	Costo Unitario	Cantidad al mes	Cantidad al año	Costo Anual
Carpa (para 4)	S/. 60.00	10	120	S/. 7,200.00
Sleeping	S/. 10.00	40	480	S/. 4,800.00
Matrax	S/. 5.00	60	720	S/. 3,600.00
Colchón inflable	S/. 15.00	40	480	S/. 7,200.00
Total	S/. 90.00			S/. 22,800.00

Elaboración: Propia

Fuente: Perfil del turista extranjero – PROMPERU/ Estudio de mercado

Alquiler de Caballos	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Caballo	3	S/. 800.00	S/. 9,600.00
Comida	proporcional a 3	S/. 100.00	S/. 1,200.00
Costo Total			S/. 10,800.00

Elaboración: Propia

Fuente: Perfil del turista extranjero – PROMPERU/ Estudio de mercado

Restaurant	Gasto Mensual	Gasto Anual
Verduras	S/. 500.00	S/. 6,000.00
Carnes	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00
Pollo	S/. 1,000.00	S/. 12,000.00
Frutas	S/. 700.00	S/. 8,400.00
Legumbres	S/. 500.00	S/. 6,000.00
Especies	S/. 50.00	S/. 600.00
Pastas	S/. 200.00	S/. 2,400.00
Arroz	S/. 150.00	S/. 1,800.00
Azúcar	S/. 150.00	S/. 1,800.00
Aceite	S/. 200.00	S/. 2,400.00
Huevos	S/. 750.00	S/. 9,000.00
Lácteos	S/. 72.00	S/. 864.00
Sal	S/. 50.00	S/. 600.00
Total		S/. 69,864.00

Elaboración: Propia

Fuente: Perfil del turista extranjero – PROMPERU/ Estudio de mercado

Bar	Gasto Mensual	Gasto Anual
Pisco	S/. 50.00	S/. 600.00
Ron	S/. 60.00	S/. 720.00
Vodka	S/. 75.00	S/. 900.00
Cerveza	S/. 150.00	S/. 1,800.00
Whisky	S/. 150.00	S/. 1,800.00
Jarabes	S/. 200.00	S/. 2,400.00
Vino	S/. 50.00	S/. 600.00
Tequila	S/. 50.00	S/. 600.00
Agua	S/. 60.00	S/. 720.00
Otros	S/. 200.00	S/. 2,400.00
Total		S/. 12,540.00

Elaboración: Propia

Fuente: Perfil del turista extranjero – PROMPERU/ Estudio de mercado

ANEXO 14: GASTOS DE MARKETING

BROCHURES			
Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
100	S/. 5.00	S/. 500.00	S/. 6,000.00

Elaboración: Propia

PAGINA WEB (HOSTING)	
Costo Mensual	S/. 330.00
Costo Anual	S/. 3,960.00

Elaboración: Propia

MERCHANDISING		
Artículos	Costo por 500 unid.	Costo Anual
Lapiceros	S/. 300.00	S/. 3,600.00
Llaveros (tejidos)	S/. 500.00	S/. 6,000.00
Postales	S/. 150.00	S/. 1,800.00
Caramelos de Coca	S/. 50.00	S/. 600.00
Total	S/. 1,000.00	S/. 12,000.00

Elaboración: Propia

ANUNCIOS ONLINE		
Tipo de Anuncio	Costo Mensual	Costo Anual
Facebook	S/. 100.00	S/. 1,200.00
Google Adwords	S/. 450.00	S/. 5,400.00
Total		S/. 6,600.00

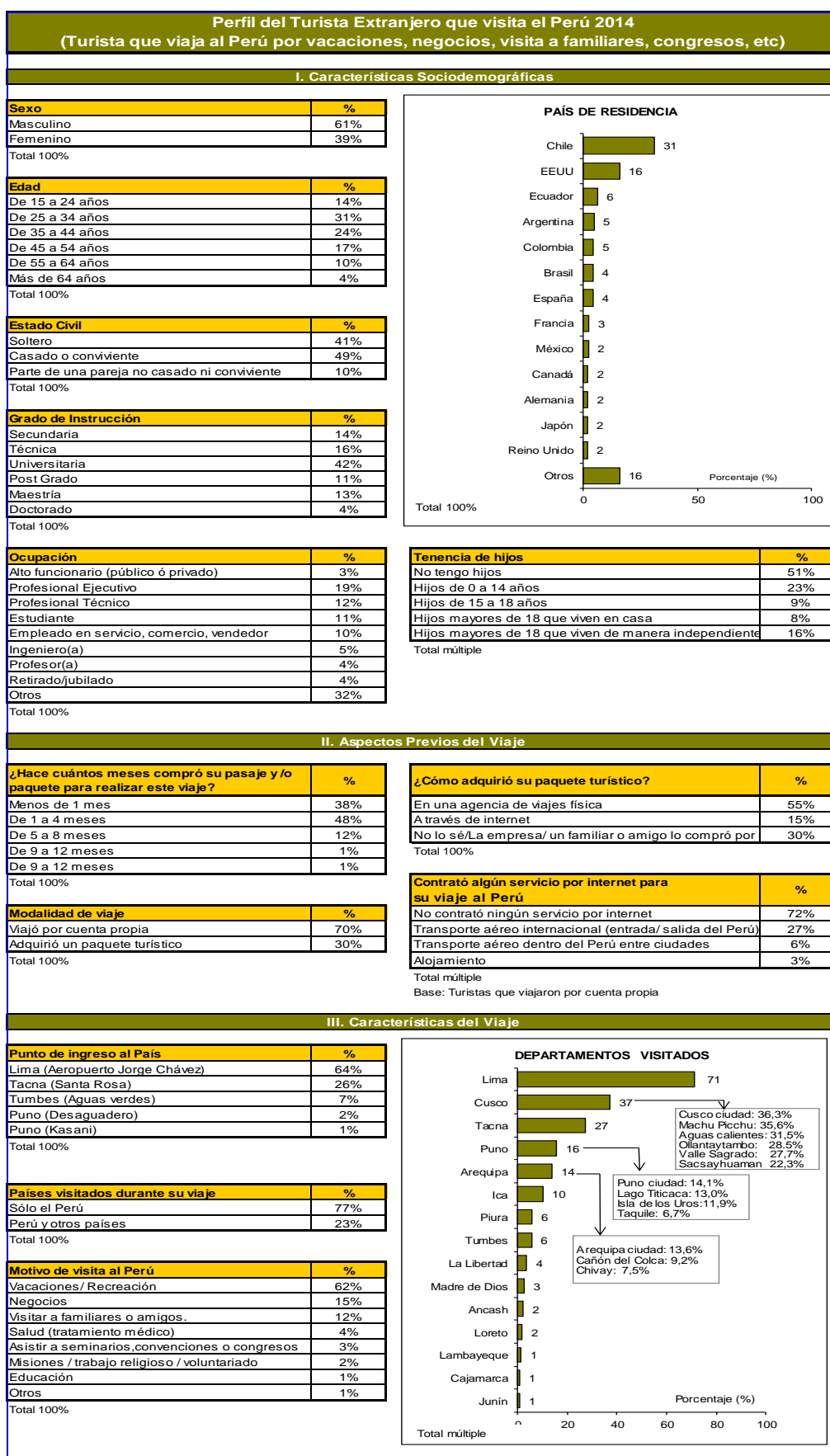
Elaboración: Propia

ANEXO 15: GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Remuneraciones	S/. 122,820.08	S/. 125,276.48	S/. 127,782.01	S/. 130,337.65	S/. 132,944.40	S/. 135,603.29
Útiles de Escritorio	S/. 110.50	S/. 112.71	S/. 114.96	S/. 117.26	S/. 119.61	S/. 122.00
Total	S/. 122,930.58	S/. 125,389.19	S/. 127,896.98	S/. 130,454.91	S/. 133,064.01	S/. 135,725.29

Elaboración: Propia

ANEXO 16: PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA EL PERÚ



Conformación del grupo de viaje		%
Solo		42%
Con mi pareja		22%
Con amigos o parientes sin niños		26%
Con amigos o parientes con niños		1%
Grupo familiar directo		9%
Total 100%		
Frecuencia de visita		%
Primera vez		52%
Más de una vez		48%
Total 100%		
Tipo de alojamiento utilizado en el Perú		%
Hotel 4 ó 5 estrellas		25%
Hotel/ hostel 3 estrellas		32%
Hotel/ hostel 1 ó 2 estrellas		39%
Casa de familiares / amigos		14%
Camping		5%
Albergue		3%
Alojamiento de la empresa		1%
Total múltiple		
Permanencia en el Perú		%
De 1 a 3 noches		29%
De 4 a 7 noches		30%
De 8 a 14 noches		25%
De 15 a 29 noches		11%
Más de 29 noches		5%
Promedio (noches)		10
Mediana (noches)		6
Total 100%		
Gasto en el Perú (promedio)		%
Menos de US\$ 500		43%
De US\$ 500 a US\$ 999		18%
De US\$ 1 000 a US\$ 1 499		16%
De US\$ 1 500 a US\$ 1 999		9%
De US\$ 2 000 a US\$ 2 499		6%
De US\$ 2 500 a más		8%
Gasto por turista (Promedio)		US\$ 992
Total 100%		
IV.Actividades Realizadas en el Perú		
Actividades realizadas en el Perú		%
CULTURA		84%
Pasear, caminar por la ciudad		75%
Visitar parques, plazuela de la ciudad		60%
Visitar iglesias/catedrales/conventos		49%
Visitar sitios arqueológicos		39%
Visitar museos		34%
Visitar inmuebles históricos		31%
City tour guiado		25%
Visitar comunidades nativas		18%
Visitar rutas gastronómicas		4%
Participar en festividades locales (no religiosas)		2%
Participar en festividades religiosas		1%
NATURALEZA		36%
Visitar áreas y/o reservas naturales		31%
Pasear por ríos, lagos, lagunas		19%
Observación de flora		17%
Observación de aves		17%
Observación de mamíferos		15%
AVENTURA		24%
Trekking / Senderismo / Hiking		16%
Paseo en bote		10%
Camping		4%
Sandboard		2%
Surf /tabla hawaiana		2%
SOL y PLAYA		18%
Total múltiple		
Realizaron compras en el Perú		%
Sí		75%
No		25%
Total 100%		
Realizaron actividades de diversión y entretenimiento en el Perú		%
Sí		34%
Ir a centros comerciales		14%
Ir a discotecas / pubs		13%
Restaurantes con shows folklóricos (andino, criollo)		9%
No		66%
Total 100%		
V. Motivaciones para Viajar		
Aspectos que más influyen en la elección de un destino turístico		%
Cultura diferente		68%
Variedad de actividades		61%
Costo del viaje		51%
Distancia		32%
Idioma		26%
Que esté de moda		11%
Que no sea masivo		7%
La naturaleza / sus paisajes		5%
La gastronomía		4%
Conocer su historia		4%
Total múltiple		
Medios que más influyen en la elección de un destino		%
Internet (en general)		67%
Recomendación de amigos		48%
Recomendación de familiares		19%
Documentales de TV		18%
Guías turísticas		17%
Publicidad		10%
Libros		9%
Revistas		9%
Artículos periodísticos		5%
Blogs de viajes		4%
Películas		3%
Agencia de Viajes		2%
Total múltiple		
Actividades que más lo motivan a viajar		%
Visitar sitios arqueológicos		65%
Conocer y aprender sobre la gastronomía del país		54%
Observar paisajes		41%
Descansar en la playa		34%
Visitar comunidades nativas		22%
Asistir a espectáculos de teatro/ exposiciones de		22%
Visitar iglesias		18%
Realizar actividades de diversión nocturna (discote		14%
Hacer trekking		12%
Observar fauna (en general)		7%
Conocer la cultura		5%
Total múltiple		

ANEXO 17: PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA CUSCO

Perfil del Turista Extranjero que visita el departamento de Cusco - 2014

I. Características Sociodemográficas

Sexo	%
Masculino	54%
Femenino	46%

Total 100%

Edad	%
De 15 a 24 años	18%
De 25 a 34 años	33%
De 35 a 44 años	16%
De 45 a 54 años	13%
De 55 a 64 años	14%
Más de 64 años	6%

Total 100%

Estado Civil	%
Soltero	49%
Casado o conviviente	39%
Parte de una pareja no casado ni conviviente	12%

Total 100%

País de residencia de los turistas	%
EEUU	26%
Chile	7%
España	6%
Francia	6%
Brasil	6%
Argentina	5%
Japón	4%
Reino Unido	4%
Canadá	4%
Alemania	4%
Australia	4%
Colombia	3%
Italia	3%
México	2%
Suiza	2%
Holanda	1%
Ecuador	1%
Corea del Sur	1%
Otros	11%

Total 100%

Grado de Instrucción	%
Primaria	*
Secundaria	10%
Técnica	9%
Universitaria	49%
Post Grado	11%
Maestría	15%
Doctorado	6%

Total 100%

*Porcentaje menor a 1%

Ocupación	%
Alto funcionario (público ó privado) Director de empresa	2%
Profesional Ejecutivo	13%
Profesional Técnico	11%
Estudiante	16%
Empleado en servicio, comercio, vendedor	9%
Profesor	6%
Retirado / Jubilado	9%
Otros	34%

Total 100%

Ingreso familiar anual	%
Menos de US\$ 20,000	11%
De US\$ 20,000 a US\$ 39,999	25%
De US\$ 40,000 a US\$ 59,999	24%
De US\$ 60,000 a US\$ 79,999	11%
De US\$ 80,000 a US\$ 99,999	7%
De US\$ 100,000 a US\$ 119,999	5%
De US\$ 120,000 a US\$ 139,999	6%
De US\$ 140,000 a US\$ 159,999	5%
De US\$ 160,000 a US\$ 179,999	2%
De US\$ 180,000 a US\$ 199,999	1%
US\$ 200,000 o más	3%

Total 100%

Base: Turistas que mencionaron sus ingresos

Tenencia de hijos	%
No tengo hijos	68%
Hijos de 0 a 14 años	7%
Hijos de 15 a 18 años	5%
Hijos mayores de 18 que viven en casa	5%
Hijos mayores de 18 que viven de manera independiente	19%

Total múltiple

II. Aspectos previos al viaje

¿Hace cuántos meses compró su pasaje y /o paquete para realizar este viaje?	%
Menos de 1 mes	10%
De 1 a 4 meses	63%
De 5 a 8 meses	23%
De 9 a 12 meses	4%
Más de 12 meses	-

Total 100%

Modalidad de viaje al Perú	%
Usó agencia de viajes	50%
Vino por su cuenta	50%

Total 100%

III. Características del Viaje

Motivo de visita al Perú	%
Vacaciones, recreación u ocio (compras)	88%
Visitar a familiares o amigos	4%
Misiones / trabajo religioso / voluntariado	3%
Negocios	2%
Asistir a seminarios, conferencias, convenciones o congresos	1%
Educación (realizar estudios, investigaciones por grado, etc.)	1%
Otros	1%

Total 100%

Conformación del grupo de viaje al Perú	%
Solo	33%
Con amigos o parientes, sin niños	35%
Con su pareja	28%
Grupo familiar directo (padres e hijos)	3%
Con amigos o parientes, con niños	1%

Total 100%

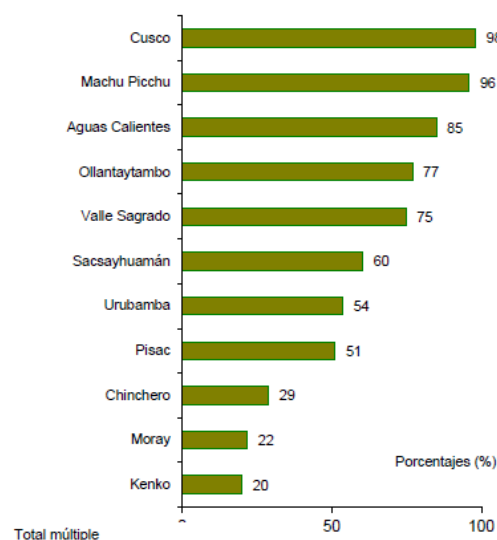
Frecuencia de visita al Perú	%
Primera vez	89%
Más de una vez	11%

Total 100%

Tipo de alojamiento utilizado en Cusco	%
Hotel 4 ó 5 estrellas	23%
Hotel/ hostel 3 estrellas	43%
Hotel/ hostel 1 ó 2 estrellas	34%
Casa de familiares / amigos	2%
Camping	11%

Total múltiple

Principales atractivos visitados en Cusco



IV. Actividades Realizadas en Cusco

Actividades realizadas en Cusco	%
CULTURA	100%
Visitar sitios arqueológicos	93%
Pasear, caminar por la ciudad	86%
Visitar iglesias/catedrales/conventos	79%
Visitar parques, plaza de la ciudad	78%
Visitar museos	66%
Visitar inmuebles históricos	57%
City tour guiado	45%
Visitar comunidades nativas/andinas/campesinas	18%
Visitar rutas gastronómicas	3%
Participar en festividades locales (no religiosas)	2%
NATURALEZA	59%
Visitar áreas y/o reservas naturales	48%
Observación de flora	26%
Observación de mamíferos	24%
Observación de aves	14%
Pasear por ríos, lagos, lagunas	13%
AVENTURA	38%
Trekking / Senderismo / Hiking	37%
Camping	8%
Andinismo	3%
Ciclismo de montaña	1%

Total Múltiple

Base: Total turistas extranjeros entrevistados que visitaron Cusco

Realizaron compras en Cusco	%
Si	85%
No	15%

Total 100%

Realizaron actividades de diversión y entretenimiento en Cusco	%
Si	19%
No	81%

Total 100%

IV. Actividades Realizadas en Cusco

Actividades realizadas en Cusco	%
CULTURA	100%
Visitar sitios arqueológicos	93%
Pasear, caminar por la ciudad	86%
Visitar iglesias/catedrales/conventos	79%
Visitar parques, plazuela de la ciudad	78%
Visitar museos	66%
Visitar inmuebles históricos	57%
City tour guiado	45%
Visitar comunidades nativas/andinas/campesinas	18%
Visitar rutas gastronómicas	3%
Participar en festividades locales (no religiosas)	2%
NATURALEZA	59%
Visitar áreas y/o reservas naturales	48%
Observación de flora	26%
Observación de mamíferos	24%
Observación de aves	14%
Pasear por ríos, lagos, lagunas	13%
AVENTURA	38%
Trekking / Senderismo / Hiking	37%
Camping	8%
Andinismo	3%
Ciclismo de montaña	1%

Total Múltiple

Base: Total turistas extranjeros entrevistados que visitaron Cusco

Realizaron compras en Cusco	%
Sí	85%
No	15%

Total 100%

Realizaron actividades de diversión y entretenimiento en Cusco	%
Sí	19%
No	81%

Total 100%

V. Motivaciones para viajar

Aspectos que más influyen en la elección de un destino turístico	%
Cultura diferente	81%
Variedad de actividades	70%
Costo del viaje	47%
Distancia	23%
Idioma	20%
Que esté de moda	13%
La naturaleza / sus paisajes	8%
Conocer su historia	7%
Que no sea masivo	5%
Lugares turísticos	4%
La gastronomía	3%

Total múltiple

Actividades que más lo motivan a viajar	%
Visitar sitios arqueológicos	84%
Observar paisajes	52%
Conocer y aprender sobre la gastronomía del país	43%
Visitar comunidades nativas	36%
Hacer trekking	24%
Asistir a espectáculos de teatro/ exposiciones de arte/m	22%
Descansar en la playa	21%
Visitar iglesias	18%
Observar fauna(en general)	8%
Realizar actividades de diversión nocturna(discotecas, p	7%
Conocer la cultura	6%

Total múltiple

Medios que más influyen en la elección de un destino	%
Internet (en general)	72%
Recomendación de amigos	49%
Guías turísticas	22%
Documentales de TV	21%
Recomendación de familiares	14%
Libros	13%
Revistas	8%
Publicidad	6%
Artículos periodísticos	4%
Blogs de viajes	4%
Agencia de Viajes	4%
Películas	2%

Total múltiple